



HOUSE OF COMMONS  
CANADA

# **EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES**

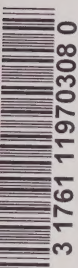
## **Interim Report of the Standing Committee on Canadian Heritage**

**Gary Schellenberger, MP**  
Chair

**JUNE 2010**

**40th PARLIAMENT, 3rd SESSION**

CA1  
XC 68  
-2010  
E52





---

Published under the authority of the Speaker of the House of Commons

#### **SPEAKER'S PERMISSION**

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Standing Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

Additional copies may be obtained from: Publishing and Depository Services  
Public Works and Government Services Canada  
Ottawa, Ontario K1A 0S5  
Telephone: 613-941-5995 or 1-800-635-7943  
Fax: 613-954-5779 or 1-800-565-7757  
[publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca](mailto:publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca)  
<http://publications.gc.ca>

Also available on the Parliament of Canada Web Site  
at the following address: <http://www.parl.gc.ca>

# **EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES**

## **Interim Report of the Standing Committee on Canadian Heritage**

**Gary Schellenberger, MP  
Chair**



**JUNE 2010**

**40th PARLIAMENT, 3rd SESSION**



# **STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE**

## **CHAIR**

Gary Schellenberger, M.P.

## **VICE-CHAIRS**

Carole Lavallée, M.P.

Pablo Rodriguez, M.P.

## **MEMBERS**

Charlie Angus, M.P.

Dean Del Mastro, M.P.

Royal Galipeau, M.P.

Roger Pomerleau, M.P.

Tim Uppal, M.P.

Rod Bruinooge, M.P.

Ruby Dhalla, M.P.

Nina Grewal, M.P.

Scott Simms, M.P.

## **CLERK OF THE COMMITTEE**

Richard Dupuis

## **LIBRARY OF PARLIAMENT**

### **Parliamentary Information and Research Service**

Marion Ménard

Michael Dewing





Digitized by the Internet Archive  
in 2023 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761119703080>

# THE STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

has the honour to present its

## THIRD REPORT

Pursuant to its mandate under Standing Order 108(2), the Committee began its study on *Emerging and Digital Media: Opportunities and Challenges* and agreed to produce a report on the testimony heard to date:





# TABLE OF CONTENTS

---

EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES—INTERIM REPORT .....	1
CHAPTER 1: INTRODUCTION.....	1
1.1 Context .....	1
1.2 Pre-study .....	1
CHAPTER 2: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES.....	3
2.1 Impact on cultural industries .....	3
2.2 Success stories.....	6
CHAPTER 3: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: CHALLENGES .....	11
3.1 Introduction .....	11
3.2 Digital heritage .....	11
3.3 Broadband Internet Access.....	12
3.4 Training.....	13
3.5 Copyright .....	14
3.5.1 Introduction .....	14
3.5.2 Protection for creative works.....	14
3.5.3 Fair dealing .....	16
3.5.4 Copying levies .....	17
3.5.5 Internet Service Provider Liability .....	18
3.6 Compensation for creators.....	20
3.7 Business models.....	22
3.8 Canadian content.....	24
3.9 Open Internet.....	25

CHAPTER 4: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: THE ROLE OF THE FEDERAL GOVERNMENT .....	27
4.1 Introduction .....	27
4.2 The digitization of government data and documentary heritage .....	27
4.3 The National Digital Strategy .....	28
4.4 Statutes and regulations .....	30
4.5 The Canada Media Fund .....	32
4.6 International treaties .....	33
4.7 Foreign ownership .....	34
4.8 Canadian content.....	35
4.9 Access and training.....	36
CHAPTER 5: NEXT STEPS.....	37
APPENDIX A: LIST OF WITNESSES .....	39
APPENDIX B: LIST OF BRIEFS .....	43
MINUTES OF PROCEEDINGS.....	45

# EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES—INTERIM REPORT

## CHAPTER 1: INTRODUCTION

---

### 1.1 Context

In two of its recent reports, the Standing Committee on Canadian Heritage (hereinafter the Committee) noted the impact of emerging and digital media<sup>1</sup> on Canadian public broadcasting (*CBC/Radio-Canada: Defining Distinctiveness in the Changing Media Landscape*)<sup>2</sup> and television broadcasting (*Issues and Challenges Related to Local Television*).<sup>3</sup> Developments in emerging and digital media are also changing the environment for other cultural industries, such as radio broadcasting, book publishing, magazine publishing, music publishing, and film distribution.

Given the rapidly changing media environment and the profound impact emerging and digital media are having on all aspects of culture, the Committee decided that it should study the overall impact of emerging and digital media. First, however, it felt that it should conduct a pre-study to identify the kinds of questions it should examine. Consequently, on March 2, 2009 the Committee agreed:

That the Committee hold three meetings on the subject of the New Media and then decide if further meetings will be necessary.<sup>4</sup>

### 1.2 Pre-study

In its pre-study, the Committee held meetings with Chad Gaffield, President of the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC); Michael Geist, law professor at the University of Ottawa and Canada Research Chair in Internet and E-commerce Law; and Jacob Glick, Canada Policy Counsel for Google Inc.

---

1 The term "emerging and digital media" is used instead of the terms "new media" or "digital media" to refer to all kinds of digital services delivered over the Internet or wireless networks or other platforms such as video game consoles.

2 Standing Committee on Canadian Heritage, *CBC/Radio-Canada: Defining Distinctiveness in the Changing Media Landscape*, February 2008, <http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=3297009&Language=E&Mode=1&Parl=39&Ses=2> (accessed June 8, 2010).

3 Standing Committee on Canadian Heritage, *Issues and Challenges Related to Local Television*, <http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=4005108&Language=E&Mode=1&Parl=40&Ses=2> (accessed June 8, 2010).

4 *Minutes of Proceedings*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 6, 40<sup>th</sup> parliament, 2<sup>nd</sup> Session, March 2, 2009.

These three witnesses gave the Committee overviews of the impact of digital media, Canada's situation regarding the adoption of digital media, some of the challenges that need to be addressed, and the role the federal government could play. They talked about how digital media are creating a world of abundance and complexity, about the need for Canada to play a leadership role in harnessing digital media, and about the steps that might be taken to play that role.

Subsequent to these hearings, the Committee decided to conduct an in-depth study entitled *Emerging and Digital Media: Opportunities and Challenges*, and on April 1, 2010 it adopted the following terms of reference:

In this study, the Committee on Canadian Heritage will explore developments in emerging and digital media, how they are affecting Canadian cultural industries, and what federal institutions could do to assist Canadians and Canadian cultural industries benefit from these developments.

As part of its study, the Committee will examine the following questions:

1. How are developments in emerging and digital media affecting Canadian cultural industries?
  - How will future developments affect them?
  - Are there examples of Canadian success stories?
2. What can Canadian cultural industries do to benefit from developments in emerging and digital media and to prepare for future developments?
3. Is there a way of ensuring that creators of artistic and cultural content are compensated for their work?
4. What could be done to ensure that Canadians, including those working in the cultural industries, have the right skills to benefit from emerging and digital media?
5. What could be done to ensure that all Canadians, no matter where they live or what their socio-economic status is, have access to emerging and digital media?
6. What policies could the federal government adopt to help Canadians and Canadian cultural industries benefit from developments in emerging and digital media?
7. What would be the impact of changes in foreign ownership rules, including legislative and regulatory changes, on Canadian content and culture?

The Committee held meetings on the study until May 25, 2010. Including the pre-study phase, it held a total of 13 meetings, during which it heard from 43 groups and individuals.

This interim report summarizes the evidence the Committee has heard thus far.



# CHAPTER 2: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES

---

## 2.1 Impact on cultural industries

In response to the Committee's questions in the terms of reference on how developments in emerging and digital media are affecting Canadian cultural industries, a number of witnesses discussed the characteristics of emerging and digital media and the impact these characteristics are having.

Several witnesses presented theoretical analyses of the impact of emerging and digital media. Mr. Gaffield of the SSHRC, for example, identified three major changes taking place: "first, a new recognition of complexity; second, a new embracing of diversity; and third, a new emphasis on creativity" and said emerging and digital media "are enabling, accelerating, and redefining the significance of these three key changes."<sup>5</sup>

The speed with which change is taking place was remarked upon by several witnesses, and Tom Perlmutter, Government Film Commissioner and Chair, National Film Board (NFB), expressed concern about the rate of change:

We are working on an assumption of incremental, manageable change, and yet something very different may be happening. Instead of incremental change, we may be pushing to a tipping point when—bang—everything becomes undone with enormous rapidity.<sup>6</sup>

Mr. Geist from the University of Ottawa emphasized the move from "a world of scarcity, with limited bandwidth and difficulties in accessing culture, to one of abundance, where there is nearly unlimited access to culture."<sup>7</sup> He described one of the implications of this:

The world of scarcity was one in which you could keep certain kinds of content out; you could keep it scarce and thus make it more regulable. Today we live in a world of abundance where keeping content out simply isn't possible, and it creates real challenges for those who want to have regulations premised on that scarcity.<sup>8</sup>

---

5 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 32, 40<sup>th</sup> Parliament, 2<sup>nd</sup> Session, October 27, 2009, 1115.

6 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 29, 2010, 1130.

7 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 25, 2010, 1110.

8 *Ibid.*, 1155.



Mr. Glick of Google Inc. raised the same question,<sup>9</sup> while Daniel J. Caron, Librarian and Archivist, Library and Archives Canada, noted that the “problem of abundance directly affects the capacity of societies to identify, preserve and ensure access to their documentary heritage.”<sup>10</sup> As a case in point, Tom Jenkins, Executive Chairman and Chief Strategy Officer, Open Text Corporation, remarked that “digital content is doubling every 30 days—that’s digital content in the entire world. So everything since the beginning of civilization to today will be doubled again by this summer.”<sup>11</sup>

Another issue identified by several witnesses was convergence. Mr. Glick made the following two points: “one, everything is converging onto the public Internet; and two, a corollary of that is that this convergence is good for innovation, consumer choice, and competition.”<sup>12</sup> He elaborated by saying that TV, cell phone, regular telephone, and cable, with many different kinds of content, are all converging on the Internet.<sup>13</sup>

For John Bonnett, Canada Research Chair in Digital Humanities and Assistant Professor, Department of History, Brock University, convergence means that various software tools can be brought together and used in new ways. He gave the example of, “the geographic information system, the Canadian invention that merges maps with database technology and which is now used to support applications ranging from cartography to urban planning and emergency management.”<sup>14</sup>

One of the consequences of this technological convergence is corporate convergence, and this has implications for creators. Claire Samson, President and Chief Executive Officer, Association des producteurs de films et de télévision du Québec, pointed out :

Digitization and convergence accentuate the trend toward the concentration of media ownership rights. There are increasing interrelations and complementarity between the telecommunications, publication, broadcasting and Internet sectors, where a small number of economic players own vast families of businesses.<sup>15</sup>

---

9 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 30, 2010, 1115.

10 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1115.

11 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 13, 2010, 1135.

12 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 30, 2010, 1110.

13 *Ibid.*

14 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1235.

15 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1215.

At the same time, there has been a blurring of the roles of players in the system, as explained by Aline Côté, President of the Copyright Committee and Editor, Association nationale des éditeurs de livres:

It has allowed new corporations collecting billions of dollars from cultural content, good-faith users, pirates and even libraries to assume some of the roles previously reserved to publishers, that is to say the creation of formats, the granting of rights to third parties and even the usurpation of some of the functions traditionally reserved to bookstores and libraries.<sup>16</sup>

Convergence has other impacts, as noted by Pierre Proulx, Chief Executive officer, Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec: "in the world of digital convergence, borders no longer exist; the market is highly competitive and very global."<sup>17</sup> For Gary Maavara, Vice-President and General Counsel, Corus Entertainment Inc., this globalization represents an opportunity, and he said that his company's "productions are available in more than 160 countries worldwide in more than 40 different languages."<sup>18</sup>

Regarding the interaction between creators and consumers, Maureen Parker, Executive Director, Writers Guild of Canada, said that digital media allow creators to reach audiences directly and have lower costs of production, meaning that creators such as screenwriters can become digital content producers.<sup>19</sup> For John Levy, Chairman and Chief Executive Officer, Score Media Inc., the most fundamental shift is that individuals are able to connect and share content instantaneously,<sup>20</sup> and for Alain Pineau, National Director, Canadian Conference of the Arts (CCA), this shift "has changed the way in which artists produce and the relationship that institutions have with their public. Interactivity is overturning business models and changing the ways in which cultural products are consumed."<sup>21</sup>

The Committee also heard that another impact of emerging and digital media on cultural industries is that industries involved in digital media tend to concentrate in creative clusters. David Wolfe, Professor of Political Science, Co-Director of the Program on Globalization and Regional Innovation Systems, University of Toronto, said that where there are these concentrations, "it is usually where there is a preceding base of firms concentrated in related industries. These are the creative industries, such as film,

---

16 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 7, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 15, 2010, 1110.

17 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 2010, 1210.

18 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 25, 2010, 1215.

19 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1110.

20 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 13, 2010, 1115.

21 *Ibid.*, 1205.

television, and broadcasting.”<sup>22</sup> Jason Kee, Director of Policy and Legal Affairs, Entertainment Software Association of Canada, said these concentrations of creative industries are important for the gaming industry because they “are not only where artists tend to congregate but where digital technology is more readily available.... Many of the [educational] institutions tend to be centred around there. We’ve been producing a lot of fantastic graduates.”<sup>23</sup>

Although the Committee heard that emerging and digital media are changing the media environment in fundamental ways, it also heard that traditional media have not disappeared and that there is a certain amount of overlap between them. Mr. Kee pointed out that “The only difference between a traditional artist and a game maker ... is that they work with digital media as opposed to more conventional media.”<sup>24</sup> Regarding the book publishing industry, Glenn Rollans, Partner, Lone Pine Publishing, said he sees “a fairly long transition, wherein the balance between digital and paper is shifting but both remain in use, and probably paper will remain in use over the long haul.”<sup>25</sup> He went on to say that in the book trade, “digital transactions are such a small part of the marketplace at this point—1% to 5%.”<sup>26</sup>

Mark Jamison, Chief Executive Officer, Magazines Canada, made a similar point when he said, “A common theme and discussion is that young people are abandoning the print medium, but nothing could be further from the truth. The largest segment of print magazine readers are in fact people between the ages of 18 and 24.”<sup>27</sup> Nevertheless, he said, the magazine industry is responding to consumer demands for new ways to access Canadian content by creating enhanced content on websites.<sup>28</sup>

## **2.2 Success stories**

In addition to hearing about how emerging and digital media are changing the environment for cultural industries, the Committee heard about a number of Canadian success stories.

---

22 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1140.

23 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1250.

24 Ibid.

25 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 8, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 20, 2010, 1240.

26 Ibid.

27 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 25, 2010, 1130.

28 Ibid.

Several witnesses talked about the NFB's success in digitizing its films and making them available on the Internet. During his testimony, NFB Chair Mr. Perlmutter elaborated on the NFB's efforts:

Since the launch of NFB's national screening room at the beginning of last year, we've had over five million views of NFB films. In October we launched our iPhone application, which quickly became both a critical and popular success. iTunes called it one of the ten best applications of the year. In less than half a year, we've had 700,000 views of films on the iPhone. We are ready to launch on the iPad when it comes to Canada. ONF.ca was the first platform in North America for viewing works in French by francophone creators.<sup>29</sup>

Carolle Brabant, Executive Director, Telefilm Canada, said she was encouraged by initiatives such as Quebecor's *Éléphant: mémoire du cinéma québécois* and Radio-Canada's TOU.TV. She said, "These initiatives make a treasure-trove of Canadian programs and films accessible to Canadians."<sup>30</sup>

Steve Anderson, founder and national coordinator, OpenMedia.ca, also mentioned a number of success stories, including CBC Radio 3; the CBC's video experiments; *The Tyee*, an online independent news website; and Rabble.ca, a national independent multimedia news organization.<sup>31</sup>

Ms. Parker of the Writers Guild of Canada, noted the success of an original web series called *My Pal Satan*.<sup>32</sup> John Barrack, Chief Operating Officer and Chief Legal Officer, Canadian Film and Television Production Association, mentioned a number of multi-platform programs, including regenesistv.com from Xenophile Media and Shaftesbury Films; *Degrassi: The Next Generation* from Epitome Pictures; and marblemedia's thisisdanielcook.com.

When Mark Bishop, partner/producer, marblemedia Inc. appeared before the Committee, he described his company's growth over nine years from two people to 30 full-time employees. Saying the company generates \$15 million to \$20 million in production revenues every year, he explained the reasons for its success:

---

29 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 29, 2010, 1135.

30 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 6, 2010, 1225.

31 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1255.

32 Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1120.



Our focus from day one for the company has been on content, on telling stories that engage audiences on multiple platforms. We've pushed the envelope of experimenting with new platforms from the beginning of our company. High definition, web TV, mobile, convergent, transmedia—you name it, we've done it.<sup>33</sup>

Another example of a company that has adapted to the changing environment was Score Media Inc. Mr. Levy, the Chairman and Chief Executive Officer, told the Committee of his company's efforts to reach its key audience on new platforms. Score Media operates the Score Television Network, a national sports, news, and information specialty service, as well as Hardcore Sports Radio, a sports talk satellite radio channel. In June 2009, it launched ScoreMobile, a mobile application, and it had become the number one free sports application on BlackBerry anywhere in the world. This, along with its iPhone application, had more than 1.3 million monthly unique visitors and over 50 million monthly page views.<sup>34</sup>

The Committee also heard from Mr. Maavara of Corus Entertainment Inc., who described how Nelvana, a Corus-owned producer of children's animation programming, provides Canadian content to multi-platform channels such as KidsCo in Europe, Asia, and Africa, and qubo.com in the United States. It also has a direct-to-consumer digital download strategy.<sup>35</sup> He said that when it comes to making such programs, Canadians "are really, really, really very good at this. We are among the best storytellers in the world. The only constraint we have in Canada is the size of our domestic market."<sup>36</sup>

With regard to the video-games industry, Mr. Kee of the Entertainment Software Association of Canada said his industry "is estimated to generate \$3.5 billion in revenue annually and indirectly employs over 14,000 people in highly skilled, high-paying jobs."<sup>37</sup> Mr. Proulx of the Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec pointed out that Montreal is a centre for video games and accounts for half of these jobs.

---

33 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 2010, 1110.

34 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 13, 2010, 1115.

35 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 25, 2010, 1215.

36 *Ibid.*, 1230.

37 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 1230.



The Committee also heard from university professors who use digital media in their academic research. Mr. Bonnett from Brock University described a project that creates three-dimensional models of heritage buildings and showed the Committee a computer representation of Sparks Street in Ottawa as it looked in 1878.<sup>38</sup> Steven High, Canada Research Chair in Public History, Department of History, Concordia University, described how digital technology is changing the field of oral history through the use of software that makes it possible to access and organize interviews.<sup>39</sup>

The Committee heard that in some cases, success can have un-intended consequences. Mr. Geist from the University of Ottawa talked about successful websites that begin in Canada, but which were bought by American companies. Among the websites he mentioned were Club Penguin, a website for children that was bought by Disney, and Flickr, an online photography site that was bought by Yahoo.<sup>40</sup>

- 
- 38 *Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1230.*
- 39 *Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 2010, 1200.*
- 40 *Evidence, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 25, 2010, 1135.*



## CHAPTER 3: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: CHALLENGES

---

### 3.1 Introduction

As discussed above, the Committee heard about ways in which emerging and digital media are changing the media environment and about ways in which Canadians are finding success in this new environment. The Committee also heard about a number of areas in which emerging and digital media pose challenges for Canadian cultural industries and institutions.

### 3.2 Digital heritage

Several witnesses talked about the challenges associated with digitizing and preserving Canada's documentary heritage. In the Committee's first pre-study hearing on the subject of emerging and digital media, Mr. Gaffield of the SSHRC stressed how important Canadian digital content is to the success of Canada's digital future. In order for people to develop as citizens and leaders, Mr. Gaffield argued, they need "ready access to Canadian content—historical, contemporary, economic, social, and cultural." Consequently, "Canadian content must be digitally collected, preserved, and made accessible to business, education, government, and society at large."<sup>41</sup>

Mr. Perlmutter of the NFB expressed concerns about Canadian digital content being acquired by other countries, and gave the example of Flickr being acquired by Yahoo and its content being migrated from Canadian servers to U.S. ones. In response, he said, "We need to look at how to ensure that the great wealth of existing content generated by the public and private sectors, often with public subsidies, can be digitized and made available to Canadians."<sup>42</sup> However, Mr. Perlmutter also pointed out that for the NFB, "with the resources presently available to us, with our operational funds, this is going to take 20 years if no technological changes are made."<sup>43</sup>

---

41 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 32, 40<sup>th</sup> Parliament, 2<sup>nd</sup> Session, October 27, 2009, 1130.

42 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 29, 2010, 1135.

43 *Ibid.*, 1155.

John Bonnett, the professor from Brock University who demonstrated three-dimensional visualization software to the Committee, said that such developments,

... will demand an overhaul of the institutions we use to store and archive knowledge. The library at the start of the 22<sup>nd</sup> century will likely be a very different place from the one we now know and will be filled with four-dimensional virtual objects and books that communicate with each other.<sup>44</sup>

When Mr. Caron of Library and Archives Canada appeared before the Committee, he explained, “Documentary heritage is at the core of literacy in Canada, and even at the core of our democracy. By ensuring that the most relevant and significant material is acquired and preserved, we ensure that this material is there to be searched and accessed by Canadians over time.”<sup>45</sup> He also pointed out that digital content can lead to the development of a wide variety of uses and applications, some of which are not yet known.<sup>46</sup> At the same time, he said:

Fulfilling our mandate in the new digital environment presents unique challenges and opportunities. As you know, the new information and communication technologies are continually evolving. They have fundamentally changed the way Canadians create information, safeguard it, and retrieve it. In the new digital environment, Canadians expect to find information everywhere and anytime.<sup>47</sup>

As examples of the kinds of challenges faced by libraries and archives, Mr. Caron went on to say:

To deliver on the promise of the new digital media environment, we will have to address the issue of identifying and preserving the content created in the new social media networks like Facebook and MySpace. We must open up and link our digital and digitized documentary heritage to Canadian cultural industries, genealogists, historians, lawyers and Canadians in general. In this way, we will enable direct cross-country access to a largely untapped public resource.<sup>48</sup>

### **3.3 Broadband Internet Access**

The Committee heard from a number of witnesses that access to broadband Internet by all Canadians is essential to the development of digital industries. Witnesses also said that this access is central to the ability of Canadians to participate in the digital economy.

---

44 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1230.

45 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1110.

46 *Ibid.*, 1115.

47 *Ibid.*, 1110.

48 *Ibid.*, 1115.

For Mr. Gaffield of the SSHRC, for example, access to broadband Internet has, “become a key issue of social, economic, and cultural integrity,” because “those with the access and ability to communicate using the new media have a huge advantage.”<sup>49</sup>

From an industry perspective, Mr. Kee of the Entertainment Software Association of Canada said,

...ready cost-effective access to a first-class wire-line and wireless broadband infrastructure is crucial to the development of new products, services, and distribution methods in the online environment, which will in turn drive broadband adoption and lead to greater development. Access to advanced broadband infrastructure is indeed essential for online games and the digital delivery of games and is vital to the entertainment software industry's future growth.<sup>50</sup>

### 3.4 Training

Similarly, training and the development of digital skills were seen by many witnesses as essential to Canada's ability to develop and use emerging and digital media. There are two aspects to the issue of training. Witnesses saw the need for a skilled workforce to develop Canada's digital economy, as well as the need for a digitally literate population that is able to take advantage of emerging and digital media.

With regard to digital literacy, Mr. Jenkins of Open Text Corporation said he had recently attended the Canada 3.0 conference in Stratford, Ontario, and that while the 2,000 participants had debated many issues,

Digital literacy had no debate at all. It was clear: we need a program of digital literacy, very much in the same way that we would have thought of literacy 100 years ago as we moved from the farms to the cities and started to require people to become knowledge workers and to be able to read.<sup>51</sup>

From an industry point of view, Mr. Proulx of the Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec said “we must ensure the excellence of our workforce,” and added “institutions of higher learning must clearly be provided with cutting edge infrastructures, again so that people in the industry can be better trained.”<sup>52</sup>

---

49 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 32, 40<sup>th</sup> Parliament, 2<sup>nd</sup> Session, October 27, 2009, 1215.

50 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1235.

51 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 13, 2010, 1105.

52 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 2010, 1210.



From the perspective of artists, Mr. Pineau of the CCA said:

Artists and art administrators are more obligated to learn a diverse set of skills in order to compete on an open market. Those who have digital marketing skills and social media savvy will be able to promote, present, and professionalize their artistic practice. More attention must therefore be given to training young artists and creators, not only in digital skills but also in the basics of entrepreneurship.

A knowledge economy is a resource that will never run dry. Given the retiring cadre of professionals, we must invest in knowledge transfer programs, mentorships, and apprenticeships in cultural industries and in the arts.<sup>53</sup>

## **3.5 Copyright**

### **3.5.1 Introduction**

Copyright reform was raised by many witnesses as an issue affecting the development of emerging and digital media. It should be noted that the Committee's hearings took place during the lead-up to the introduction on June 2, 2010 of a bill to amend the *Copyright Act*.

Witness raised a wide range of concerns related to copyright. Some stressed the need to respond to piracy and to protect the work of creators. Others called for a loosening of the restrictions on the use of copyright material in order to encourage innovation. Several witnesses cited the need for clear rules in developing their business models. The following sections look at some of the main issues regarding copyright.

### **3.5.2 Protection for creative works**

The Committee heard different approaches to protecting creative works. On the one hand, some witnesses felt that people should be able to reuse creative works. This view, which centres on what are often call "user rights," was expressed by Brett Gaylor, Documentary Filmmaker, EyeSteelFilm Inc., who said:

... our copyright system is fundamentally broken. It does not make sense for those of us who grew up in the digital age. Not only does our current legal environment make an entire generation feel like criminals for experiencing culture in ways that seem as natural to us as turning on the tap, it criminalizes, and in some cases, when paired with digital rights management technologies, prevents the creative reuse and expression of culture.<sup>54</sup>

---

53 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 13, 2010, 1210.

54 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 7, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 15, 2010, 1135.

On the other hand, Loreena McKennitt, President, Quinlan Road Limited, criticized the “user rights” approach, saying:

It is my view that we should be extremely careful with this kind of language, because it isn't a matter of user rights but rather user permissions. Once we dispel the notion that in this respect there is no such thing as user rights, or that people own the music in a CD or a digital download, we can cease worrying about how to balance these rights. Many things the public wishes to do with what they purchase can all be accomplished within the framework of permissions and personal use.<sup>55</sup>

A number of other witnesses called for clear protection of creative works. For example, Graham Henderson, President, Canadian Recording Industry Association, said:

I believe it starts with a very simple, straightforward baseline. We have to draw a little box around what's legal and what's illegal and send clear messages to the people of Canada about what's right and what's wrong.<sup>56</sup>

Indeed, according to Darlene Gilliland, Director, Digital Business Development, Universal Music Canada, because of piracy, Canada's digital marketplace is operating well below its potential, and this is due, “in large part to the lack of a robust copyright regime and protection for creators' works in our country, especially when we stack Canada up beside other countries. Our peers have had these protections for a long time.”<sup>57</sup> Mr. Rollans of Lone Pine Publishing made a similar point when he said his company had between 300 and 400 books in digital form, but had not released them because of the lack of clear rules. He went on to say:

If Canada is going to be a leader in the digital economy, in my mind we have to be a leader in copyright protection for producers of original resources. That includes writers and visual artists, and publishers, who have a creative role in the creation of resources. Where people hold copyright and are secure about the rules in the marketplace, I think they're going to be very energetic participants.<sup>58</sup>

With regard to the technical means of protecting content, Mr. Kee of the Entertainment Software Association of Canada, explained how the entertainment software industry uses digital rights management measures, also known as technological protection measures (TPMs) or digital locks. He said that in addition to protecting against piracy, they are used to differentiate products. He summed up by saying:

---

55 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 9, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 22, 2010, 1210.

56 *Ibid.*, 1220.

57 *Ibid.*, 1200.

58 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 8, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 20, 2010, 1130.

The TPMs are one of the cornerstones on which our industry is built. They've significantly contributed to the success of our industry, because they allow us to offer a wide array of differentiated products that benefit consumers. So if you want to get a trial version of a game, if you just want to rent a game for a short period of time, or if you want to buy it, they actually allow for all of these options.<sup>59</sup>

Brigitte Doucet, Deputy General Director, Association des producteurs de films et de télévision du Québec, also addressed the issue of TPMs, as well as that of websites that enable illegal file sharing, saying:

... we suggested ensuring that there is a clear statement [in the *Copyright Act*] that these providers of content retrieval tools are acting illegally and that, for those who choose to protect their content, the way of circumventing content should be made illegal.<sup>60</sup>

### 3.5.3 Fair dealing

The issue of fair dealing was raised by a number of witnesses. What is fair dealing? To quote the Government of Canada website on copyright reform:

Fair dealing is a long-standing feature of Canadian copyright law that permits certain uses of copyrighted material in ways that do not unduly threaten the interests of copyright owners, but which could have significant social benefits.

Currently, fair dealing in Canada is limited to five purposes: research, private study, news reporting, criticism and review.<sup>61</sup>

On the one hand, witnesses including Mr. Geist from the University of Ottawa, Mr. Glick of Google Inc., and Mr. Gaylor of EyeSteelFilm Inc. called for expanded fair dealing. Mr. Geist explained his approach as follows:

Today, we all recognize that there is a problem with fair dealing. Everyday activities such as recording television shows or format shifting aren't covered. Artistic endeavours like parody aren't covered. Some teaching activities aren't covered, and innovative businesses can't rely on the provision either. This goes to the heart of new media creation.

The solution I'd propose, which I think is a clean, simple one, would be to add two words—"such as"—so that the current list of fair dealing would become illustrative rather than exhaustive, and we would build in flexibility, but—this is crucial—not lose fairness.<sup>62</sup>

---

59 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1255.

60 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1225.

61 Government of Canada, "Copyright Modernization: Questions and Answers," [http://strategis.ic.gc.ca/eic/site/crp-prda.nsf/eng/h\\_rp01153.html](http://strategis.ic.gc.ca/eic/site/crp-prda.nsf/eng/h_rp01153.html) (accessed June 8, 2010).

62 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 25, 2010, 1115.

However, this suggested approach was opposed by a number of witnesses. For them, creating an illustrative list would create uncertainty and involve creators in endless litigation. The concerns about expanding fair dealing beyond the five purposes listed above were explained by Roanie Levy, General Counsel and Director, Policy and External Affairs, Access Copyright:

Adding the words “such as” to the current fair dealing purposes turns the list from an exhaustive list of five purposes to an illustrative list. This is a significant change to Canada’s current fair dealing provisions. It is not simple, nor is it incremental, as some proponents of an open fair dealing provision contend.

Let me explain why. Adding the words “such as” creates a lose-lose situation for everybody, creators and users alike, since everything becomes uncertain and is subject to expensive litigation. That’s because an open-ended fair dealing provision ... puts into the hands of the courts what should be determined by Parliament.<sup>63</sup>

Her concerns were echoed by a number of other witnesses, including the Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction, the Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), the Société québécoise des auteurs dramatiques, and the Writers Guild of Canada. For example, Marie-Louise Nadeau, Director, Playright, Société québécoise des auteurs dramatiques, said:

We are convinced that expanding fair dealing, in addition to causing confusion among some users already confused about existing exemptions, would be dramatic—pardon the pun—for authors and our small organization dedicated to defending their rights.

We do not have the financial or human resources necessary to prove, on a case-by-case basis, that such and such an organization erred or misinterpreted fair dealing.<sup>64</sup>

On the question of an exemption for educational purposes specifically, Mr. Rollans of Lone Pine Publishing said, “an educational exception would completely undercut the educational publishing world.”<sup>65</sup> A similar view was expressed by Ms. Côté, of the Association nationale des éditeurs de livres, who said: “We believe that this would be an undue extension that would allow all possible forms of distribution. ... We are convinced that this would seriously weaken French-Canadian production.”<sup>66</sup>

### 3.5.4 Copying levies

Several witnesses addressed the issue of extending the private copying levy, which currently applies to blank audio cassette tapes and blank recordable CDs, to MP3 players. The idea of extending the levy was supported by the Writers Guild of Canada and ACTRA,

---

63 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 8, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 20, 2010, 1115.

64 *Ibid.*, 1140.

65 *Ibid.*, 1135.

66 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 7, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 15, 2010, 1145.



who saw it as a way of compensating creators. Stephen Waddell, National Executive Director, ACTRA, said, "To be clear, this isn't a new levy. It's merely updating something that already exists. If the government does not extend the private copying levy, then the government is taking money out of artists' pockets."<sup>67</sup> In response to questions, Mr. Waddell elaborated on the idea of a levy, saying:

It's economical. It distributes moneys to makers and to creators. It's very efficient. And it gives access to consumers to use content on multiple platforms and allows format shifting. It has everything that one wants in a system in the new digital environment.<sup>68</sup>

On the other hand, Graham Henderson, President, Canadian Recording Industry Association opposed the idea of a levy because he said, "our goal is to establish ... a thriving, legitimate digital music market in Canada in which everybody can be fairly compensated. We believe no levy can ever replace such a market."<sup>69</sup> In response to questions, he went on to say, "we do not support levies that have the effect of laundering illegally acquired music into legal copies which would have the effect of destroying our marketplace."<sup>70</sup>

This view was supported Charlie Millar, Director, Digital Business Development, Warner Music Canada, who said levies do not address the industry's goal of discouraging the behaviour of those who pirate music: "When you are able, at your fingertips, to go anywhere at any time and download whatever you want, a tax that addresses storage is a way to get some pennies ... but from the pirate's perspective, this does not address the underlying behavioural issue...."<sup>71</sup>

Another point of view was expressed by Mr. Geist from the University of Ottawa, who said "... my view is that someone who has gone out and purchased that CD ought to have the right to transfer that song onto his or her iPod without compensation."<sup>72</sup>

### **3.5.5 Internet Service Provider Liability**

Another copyright issue raised by witnesses involved the liability of Internet Service Providers (ISPs) when there is copyright infringement. Mr. Geist explained the current "notice and notice" approach, which is used when someone infringes copyright. "This involves a copyright holder sending a notification to an ISP, which is then obligated to send

---

67 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1150.

68 *Ibid.*, 1215.

69 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 9, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 22, 2010, 1230.

70 *Ibid.*, 1235.

71 *Ibid.*, 1240.

72 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 25, 2010, 1155.



on that notification to a subscriber. These notifications work.”<sup>73</sup> He went on to comment on other approaches to dealing with copyright infringement:

If think the “notice and takedown” approaches that we’ve seen in some other countries have proven highly problematic. And, even worse, the approaches that a couple of countries have begun to experiment with, where they would literally kick people off the Internet, the three strikes approach, I find to be completely disproportionate.<sup>74</sup>

Kenneth Engelhart, Senior Vice-President, Regulatory, Rogers Communications Inc., also agreed with the “notice and notice” approach, saying that when his company sends out a notice,

That does stop a lot of people from infringing. They’ve been told. Maybe the teenage son was doing it, and mom and dad got the message and told him to cut it out.

So those types of things we think are very useful. We’re doing it today at considerable cost. It’s not perfect, obviously not, but we think some of those types of mechanisms should be exhausted before any kind of more draconian measures are imposed.<sup>75</sup>

Mr. Engelhart also commented on the Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA), which the Government of Canada was in the process of negotiating with international partners, including Australia, members of the European Union, Japan, New Zealand, and the United States. According to the Government of Canada, ACTA “would be to put in place international standards for enforcing intellectual property rights in order to fight more efficiently the growing problems of counterfeiting and piracy.”<sup>76</sup> In response to questions, Mr. Engelhart said,

We are concerned, as many ISPs are, about the ACTA negotiations. It’s supposed to be about counterfeiting, but it seems to have gone way past counterfeiting to being about ISPs and the downloading activities of our customers.

We don’t think ISPs should be put in the position of being traffic cops that decide what is legal and what is not. We really hate any idea that we would have to terminate a customer’s service based on a three-strikes policy. We do not want to do that at all. I have a great deal of sympathy for the copyright holders who feel that their content is being stolen. It’s a big problem. But I don’t want to see this done by putting ISPs in the position of having to disconnect their customers or aiding in the conviction of their customers.<sup>77</sup>

---

73 Ibid., 1115.

74 Ibid., 1130.

75 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 1140.

76 Department of Foreign Affairs and International Trade, “Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA),” [http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/fo/intellect\\_property.aspx](http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/fo/intellect_property.aspx) (accessed June 8, 2010).

77 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 1135.

On the other hand, Mr. Henderson of the Canadian Recording Industry Association said he would prefer using a the “three strikes” approach—which he called a pejorative term for “graduated response”<sup>78</sup>—and expressed doubts about the effectiveness of the “notice and notice” approach.

Notice and notice is where it's determined that somebody has downloaded something that they shouldn't have. ...We send a notice to the ISP, the ISP sends a notice to the consumer, and that's the end of it. There are no consequences.

There are countries, such as France, that are examining whether or not consequences should be attached to a failure to accept or to modify one's behaviour based on the notice.

Do I like notice and notice regimes? I think they could be a fantastic educational tool. Are they the solution? Do they work? Practice has shown that they simply don't work.<sup>79</sup>

ISP liability is one of the matters addressed in two treaties that were concluded in 1996 at the World Intellectual Property Organization (WIPO)—also known as “the WIPO Treaties”—which Canada had yet to ratify. A number of witnesses said that Canada should implement these treaties. These witnesses included Mr. Geist of the University of Ottawa, Google Inc., the Writers Guild of Canada, the Entertainment Software Association of Canada, and Rogers Communications Inc.

### **3.6 Compensation for creators**

As can be seen from the testimony on copyright, the compensation of creators was a significant issue for many witnesses. Much of the concern stemmed from the unauthorized copying and distribution of copyright material, otherwise known as piracy.

Mr. Geist argued that creators can be compensated within the market, sometimes being paid in the conventional ways, while at other times giving away intellectual property and being paid in different ways. He also said that where there is market failure, collective licensing can come in.<sup>80</sup>

For Mr. Rollans of Lone Pine Publishing, however, publishers will be more inclined to participate in emerging and digital media if their intellectual property is protected and they can expect some compensation. He said:

---

78 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 9, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 22, 2010, 1250.

79 1230.

80 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 25, 1140.

... my sense is that publishers are going to participate more confidently in digital business if they're adequately protected. That means having some expectation of reasonable compensation and also some expectation that, when they let the cow out of the barn in digital form, it is going to both improve access and improve, in a sense, their business possibilities. The business that a publisher does flows through to its writers, designers, editors, salespeople, and retailers. It has huge spinoffs and it's important to protect those, in my mind.<sup>81</sup>

Several witnesses raised the issue of terms of trade—the agreements between independent producers and broadcasters. Ms. Parker of the Writers Guild of Canada said that a national digital strategy must “support terms of trade to ensure that fair revenue streams flow back to content creators.”<sup>82</sup> She went on to explain:

Broadcasters are demanding more rights from producers for the same licence fee. For example, if a broadcaster exploits a TV show through iTunes downloads, in most cases the broadcaster keeps that revenue, and it is not shared with the production community. We support a terms of trade agreement between the broadcasters and the producers, because without it no one but the broadcaster earns revenue from these new uses. We will be working with independent producers to ensure that compensation flows equitably to the creative community.<sup>83</sup>

This issue was also raised by Mr. Bishop of marbledmedia Inc.<sup>84</sup> and Mr. Barrack of the Canadian Film and Television Production Association, who said:

I think it's important for companies and broadcasters to be able to acquire rights because I think it's important to work with those broadcasters in partnership to best exploit that Canadian content across a multiplicity of platforms. That's what we want. We want to do those deals, but they have to be balanced and fair, and they must lead to the maintenance of what is a truly independent production sector.<sup>85</sup>

A related issue concerned unused rights—rights that are acquired by a broadcaster, who does not make use of them. In such situations, according to Trevor Doerksen, Chief Executive Officer, MoboVivo Inc.,

---

81 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 8, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 20, 2010, 1130.

82 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1120.

83 *Ibid.*, 1125.

84 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 2010, 1115.

85 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 6, 2010, 1200.

The rights to content are not being exploited fully to monetize them fully. This of course affects our company. It affects Canadian consumers, but what it really does is it drives illegal consumption. If you can't get it from a legal source and you want to consume it on your phone or your computer, there's a ready-made illegal source of that content, and it's pretty easy to use and it leaves money on the table.<sup>86</sup>

### 3.7 Business models

The challenge of developing successful business models for emerging and digital media was raised by a number of witnesses. Mr. Pineau of the CCA expressed the views of many witnesses when he said, "The advent of digital technologies has changed the way in which artists produce and the relationship that institutions have with their public. Interactivity is overturning business models and changing the ways in which cultural products are consumed."<sup>87</sup>

Mr. Jenkins of Open Text Corporation also commented on the changes affecting business models:

... there are new and old business models that are completely in conflict with each other, the so-called long tail of how to recoup any kind of endeavour, whether it's cultural or any other. These business models are different and there is a transition, and it's a pretty brutal transition.<sup>88</sup>

Sylvie Courtemanche, Vice-President, Government Relations, Corus Entertainment Inc., recognized the difficulty in developing a new business model when she said, "As things stand, we have no idea of what our business model will be; no one does, but we do know that we have to take risks and give it our best shot."<sup>89</sup> Her colleague, Mr. Maavara, elaborated by saying, "We need to be able to experiment, to innovate, and to react quickly to new opportunities. That is the only way we will find out what works and what doesn't work with consumers."<sup>90</sup> They also said that Corus Entertainment has to compete globally and that foreign markets are crucial.<sup>91</sup> To increase the probability of success in these markets, however, Ms. Courtemanche said the government should encourage "the creation of larger and stronger enterprises."<sup>92</sup>

---

86 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 29, 2010, 1220.

87 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 13, 2010, 1202.

88 *Ibid.*, 1105.

89 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 25, 2010, 1240.

90 *Ibid.*, 1225.

91 *Ibid.*, 1215.

92 *Ibid.*, 1220.



The Committee also heard that emerging and digital media make it possible for small companies to succeed globally. Mr. Levy of Score Media Inc., pointed out: "In the new media world, the organic and explosive growth of the Internet has created an environment where small companies like Score Media can, with a little creativity, create a global business."<sup>93</sup>

In his appearance before the Committee, Jeff Anders, Chief Executive Officer and Co-Founder, The Mark News, explained how he is experimenting with new business models in order to create an innovative kind of news service. He described some of the difficulties he had faced:

Speaking as one member of a vibrant community of start-up companies across the country, the message from the ground is that it's tough out there. Funding for early-stage companies, especially for media and information companies, is scarce. Venture capital investment is at its lowest point in Canada in more than a decade.

Government funding, while abundant, seems frustratingly out of reach. The Mark, for example, has reviewed at least 70 different grant programs and qualifies for surprisingly few.<sup>94</sup>

Mr. Anders went on to say that companies such as his need support while they figure out their business models:

We need operating support, funds to keep us going while we experiment and fail on the way to finding sustainable models. We need support making digital work, not encouragement to look backwards toward paper. We need a shift from protection to encouragement, to propulsion.<sup>95</sup>

The challenge of obtain financing was raised by a number of witnesses, including the Entertainment Software Association of Canada<sup>96</sup> and the Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec.<sup>97</sup>

As noted earlier, many witnesses said that part of the challenge in creating successful business models is ensuring that creators are compensated for their work. Some witnesses held out hope in this regard. Mr. Doerksen of MoboVivo Inc. said "Consumers are changing, they're showing a willingness to pay for content."<sup>98</sup>

---

93 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 13, 2010, 1125.

94 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 7, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 15, 2010, 1130.

95 *Ibid.*

96 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1235.

97 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 2010, 1210.

98 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 29, 2010, 1220.



Mr. Engelhart of Rogers Communication Inc. concurred, saying, "We believe that even though a lot of the viewing is going on demand and on the Internet, the business model will still be the monthly subscription model. That's the model that makes sense."<sup>99</sup>

Other witness described the steps they are taking to develop new business models. For example, Ms. Gilliland of Universal Music Canada talked about her company's licensing deals, its use of social media as part its marketing and promotion efforts, and its diversification in the areas of artists' websites and fan clubs, value-added music products, and concert tickets.<sup>100</sup>

An example of the kind of quick response that is sometimes needed in developing a new business model was given by Ms. Côté of the Association nationale des éditeurs de livres. Faced with the development of electronic book readers by foreign companies and the low prices being charged by some of them, French-language publishers developed their own system:

Let me tell you about one of the major successes we have had in French-speaking Canada. Three years ago, the publishers reacted to this situation by developing very quickly their own digital platform. We agreed on the principle of a common platform and tried very quickly to set up a French-language digital collection for all of Canada through an aggregator. We decided that this aggregator would be based in Quebec, would come under Canadian law and would have a business' model. Everyone talks about new business models and that is exactly what we established. It is an agency system that allows publishers to keep control of the quality of their works and to ensure that the contracts they have signed with their authors are respected and that selling prices are related to the value of the works.<sup>101</sup>

### 3.8 Canadian content

Given the lack of regulation regarding broadcasting in emerging and digital media, some witnesses wondered about the future of Canadian content. As we have seen, a number of witness, including those from the NFB, Corus Entertainment Inc., and Score Media Inc., described their successes in making Canadian content accessible to the world. To quote Mr. Geist of the University of Ottawa, "In terms of promoting Canadian content, let's recognize the fact that there is an unprecedented amount of Canadian content online."<sup>102</sup> Mr. Glick of Google Inc. also talked about the large amount of Canadian content on sites such as the video-sharing site YouTube.<sup>103</sup>

---

99 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 1125.

100 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 9, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 22, 2010, 1155.

101 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 7, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 15, 2010, 1125.

102 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 25, 2010, 1215.

103 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 30, 2010, 1115.

However, Kelly Lynne Ashton, Director, Industrial and Policy Research, Writers Guild of Canada, took issue with Google's interpretation of Canadian content:

YouTube can be an inexpensive way to distribute content directly to consumers without the broadcaster as a gatekeeper, and our members are increasingly interested in this opportunity. But amateur content is not a substitute for professionally produced Canadian content. Canadians deserve better. Without government support, Canadians will have no choice but to enjoy the vast amount of U.S. professionally produced content that is online.<sup>104</sup>

To respond to this flood of online content from around the world, some witnesses called on the Canadian government to ensure that there is sufficient shelf space for Canadian content online. They included Tyrone Benskin, National Vice-President, ACTRA<sup>105</sup> and Richard Paradis, President, Groupe CIC (Communication, Information, Culture).<sup>106</sup> In addition, Marc Séguin, Senior Vice-President, Policy, Canadian Film and Television Production Association, said that a national digital media strategy should ensure, "that professional content created by Canadians has priority on our broadband networks."<sup>107</sup>

Several witnesses expressed concern about Canadian content being digitized by non-Canadian companies. A case in point was Google Inc.'s initiative to digitize books. As Mr. Geist of the University of Ottawa pointed out: "The Google initiative is a great initiative, but if we live in a world where the only major digitizer is Google, that's a problem."<sup>108</sup> Ernie Ingles, President, Canadian Association of Research Libraries, said that when it comes to the digitization of Canadiana, "[w]e don't want a Google, particularly, where we have to digitize our heritage and then buy it back. That's something we are trying to avoid if we can do so."<sup>109</sup>

### 3.9 Open Internet

The Committee heard from a number of witnesses that an open Internet in which all content is treated equally—so-called net neutrality—is essential to the development of emerging and digital media.

---

104 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1130.

105 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1145.

106 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 29, 2010, 1225.

107 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 6, 2010, 1115.

108 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 25, 1210.

109 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 25, 1120.

These included Mr. Geist of the University of Ottawa,<sup>110</sup> Google Inc.,<sup>111</sup> OpenMedia.ca,<sup>112</sup> and Mr. Levy of Score Media Inc. To quote the latter:

We are very concerned about the ability of Internet and wireless service providers to act as gatekeepers, either because they are vertically integrated and have an incentive to prioritize their own content, or because they are partnering with major media players and providing preferred access. If we seek diversity of Canadian voices in new media, the Internet cannot become a pay-to-play zone.<sup>113</sup>

- 
- 110 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 25, 2010, 1110.
- 111 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 30, 2010, 1150.
- 112 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1250.
- 113 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 13, 2010, 1125.

# CHAPTER 4: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: THE ROLE OF THE FEDERAL GOVERNMENT

---

## 4.1 Introduction

The expansion of digital media has transformed various sectors of Canadian society. A number of federal institutions in charge of broadcasting Canadian content and preserving Canadian memory must change the way they work. Many witnesses called for a national digital strategy to coordinate activities in this area. Other witnesses called for a review of the existing legislative framework, which no longer reflects today's technological world.

## 4.2 The digitization of government data and documentary heritage

The activities of federal departments and agencies have been transformed by the expansion of information and communication technologies (ICT). ICT has revolutionized the way the federal government communicates with Canadians.

Mr. Geist of the University of Ottawa pointed out that countries such as the United States and Great Britain have embraced initiatives to increase access to government content through new media. He asserts that opening federal government data will have a domino effect “by inviting Canadian businesses to add value to public data.”<sup>114</sup> With a view to increased transparency, he also recommended the removal of Crown copyright and more open licences for government data, including government video.<sup>115</sup>

As stated in section 2.2, the NFB has broken new ground in opening content. In January 2009, the NFB launched an online screening room, giving Canadians direct access to over 1,000 titles in its audiovisual collection.

Mr. Caron of Library and Archives Canada pointed out that there is an overabundance of information to be safeguarded. The traditional archival materials that once came to them in a box filled with books, pictures and papers, now come to them on a memory stick.<sup>116</sup> In other respects, it is also an opportunity to better connect Canadians across the country with their documentary heritage. To meet these challenges, Mr. Caron recommends developing a pan-Canadian network of trusted digital repositories—electronic vaults where digital content can be hosted and distributed in both the short and medium term.<sup>117</sup>

---

114 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 25, 2010, 1110.

115 *Ibid.*

116 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1110.

117 *Ibid.*, 1120.



The Canadian Association of Research Libraries (CARL) made essentially the same argument as Library and Archives Canada. The digitization of Canada's documentary heritage is a strong interest for CARL, as it will give Canadians greater access to their heritage. However, CARL stressed that the government needs to take a leadership role and invest in the digitization of our documentary heritage.<sup>118</sup>

### 4.3 The National Digital Strategy

The Committee noted that the vast majority of witnesses agreed that Canada needs a national digital strategy.

The Chair of the NFB, Mr. Perlmutter, has promoted this idea for over a year. He raised this idea last year when he appeared before the Committee for its study on the future of local television in Canada. He again made it the focal point of his presentation to the Committee on April 29, 2010.<sup>119</sup> He pointed out that Britain, France and Australia had already devised such strategies.

Mr. Geist of the University of Ottawa also asserted that Canada lags behind other countries in this area. Such a strategy hinges on skills development and digital copyright issues. Mr. Geist recommends financing this strategy through revenue from the auction of broadcasting spectrum opened up by the transition to digitization.<sup>120</sup>

Nordicity Group has expressed a keen interest in the content of a national digital strategy. In September 2009 it released a discussion paper entitled *Towards a National Digital Strategy* in a bid to stimulate debate on the issue. Peter Lyman, a partner with Nordicity Group, said that such a strategy had to be relevant to Canada, and must address three categories of concern: information and communication technologies, the cultural domain, and human resources and training.

ACTRA believes that this strategy must contain the following elements:

- limits on foreign ownership;
- increased investment in content creation;
- a modern regulatory framework that ensures there is shelf space for Canadian content; and

---

118 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 25, 2010, 1120.

119 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 29, 2010, 1135.

120 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 25, 2010, 1115.

- new copyright laws that give audiences access to the content while ensuring creators are justly compensated.<sup>121</sup>

The Canadian Film and Television Production Association<sup>122</sup> and the Writers Guild of Canada support a national digital strategy on behalf of Canadian screenwriters. Incentives to support the creation of digital works and an updated *Copyright Act* would be chief elements of such a strategy:

A national digital strategy must first ensure that there is sufficient funding to create professionally produced digital entertainment; second, it must ensure that Canadian-owned and Canadian-controlled enterprises exist to support Canadian content, and that they have appropriate incentives or requirements to do so; and third, it must amend the *Copyright Act* and support terms of trade to ensure that fair revenue streams flow back to content creators.<sup>123</sup>

The Canadian Conference of the Arts states that the development of a Canadian digital strategy must be based on a new *Copyright Act*.<sup>124</sup> Expanding digital literacy must also be part of this strategy.

Mr. Paradis of Groupe CIC and Mr. Anderson of OpenMedia.ca stress that high-speed Internet must be a key component of such a strategy.<sup>125</sup>

Mr. Bishop of marbledmedia Inc. said that the strategy must support access to digital professional Canadian content distributed by “Canadian-owned services.”<sup>126</sup>

Only Mr. Glick of Google Inc. expressed some scepticism about a national digital strategy. He strongly believes that a digital strategy needs to be nimble enough to adapt to the rapidly changing digital sector.<sup>127</sup>

- 
- |     |  |
|-----|--|
| 121 | <i>Evidence</i> , Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40 <sup>th</sup> Parliament, 3 <sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1145. |
| 122 | <i>Evidence</i> , Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40 <sup>th</sup> Parliament, 3 <sup>rd</sup> Session, May 6, 2010, 1115.    |
| 123 | <i>Evidence</i> , Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40 <sup>th</sup> Parliament, 3 <sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1120.    |
| 124 | <i>Evidence</i> , Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40 <sup>th</sup> Parliament, 3 <sup>rd</sup> Session, May 13, 2010, 1120.   |
| 125 | <i>Evidence</i> , Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40 <sup>th</sup> Parliament, 3 <sup>rd</sup> Session, April 29, 2010, 1230. |
| 126 | <i>Evidence</i> , Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40 <sup>th</sup> Parliament, 3 <sup>rd</sup> Session, May 11, 2010, 1115.   |
| 127 | <i>Evidence</i> , Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40 <sup>th</sup> Parliament, 3 <sup>rd</sup> Session, March 30, 2010, 1135.  |

## 4.4 Statutes and regulations

Witnesses proposed legislative changes to some statutes and regulations relating to broadcasting and the production of cultural content.

There are two schools of thought on this issue. Witnesses felt that the temptation to regulate the Internet must be avoided. Instead, incentives must be created to encourage the production of original content on the web, including Canadian content. This position was vigorously defended by Mr. Glick of Google Inc.<sup>128</sup>

The argument most often advanced is that the broadcasting and telecommunications sectors are increasingly linked and that it is increasingly difficult to separate the two. Mr. Geist of the University of Ottawa recommends overhauling the *Broadcasting Act* and the *Telecommunications Act* to make a single, broader communications act.<sup>129</sup> It is also clear to the Canadian Interactive Alliance,<sup>130</sup> the Groupe CIC<sup>131</sup> and the Association des producteurs de films et de télévision du Québec<sup>132</sup> that the current legislative framework does not reflect the convergence in the broadcasting and telecommunications sectors. However, some reservations were expressed. Mr. Lyman of Nordicity Group doubts that a timely legislative amendment is possible, stating:

When people talk about a fusing of telecommunications and broadcasting, what they really mean is ripping out the broadcasting provisions so that we don't have to mess around when we're getting into these difficult areas of what constitutes broadcasting and what does not constitute broadcasting. That's a very messy area. An easy way to do it is to fuse the two—just have a telecommunications act and dispense with the *Broadcasting Act*—but I don't think this country is going in that direction.<sup>133</sup>

Companies working in the publishing and visual arts sectors want better copyright protection for their authors, publishers and photography industry workers. Publishers such as Lone Pine Publishing expect reasonable compensation for their work.<sup>134</sup>

---

128 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 30, 2010, 1115.

129 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 25, 2010, 1110.

130 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 29, 2010, 1150.

131 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 29, 2010, 1230.

132 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1215.

133 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 6, 2010, 1145.

134 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 8, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 20, 2010, 1130.

As mentioned in section 3.9, the issue of net neutrality was raised. Mr. Geist<sup>135</sup> and Mr. Levy of Score Media Inc.<sup>136</sup> argued that rules must be created so that all Internet content is afforded an equal opportunity and does not fall victim to limited access based on the kind of content or the program used to distribute it. The Coordinator of OpenMedia.ca, Mr. Anderson, reproached the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) for not adequately monitoring Internet service providers that “manage” traffic. He called for a net neutrality law.<sup>137</sup>

Companies such as Universal Music and Warner Music Canada expect the federal government to put mechanisms in place to “foster innovation, encourage investment and protect creators.”<sup>138</sup>

As to human resources, the Entertainment Software Association of Canada argues that barriers be removed to bring in foreign workers with the right skills and experience in the digital sectors. Existing work permit and visa processes are overly cumbersome.<sup>139</sup>

Rogers Communications believes that the existing regulations have served Canadian cultural industries well. However, it raised concerns about the CRTC’s decision of March 23, 2010, regarding compensation for the value of local conventional television signals. The company also made the following recommendation:

There are also policies the federal government could adopt. For example, pursuant to section 19 of the *Income Tax Act*, Canadian firms cannot claim advertising expenses as an income tax deduction when they advertise in U.S. magazines or border TV stations.

The same rule should apply to U.S. websites. This will make it more expensive to place ads, for example, on Hulu, if it comes to Canada. The aim should be to make sure that Canadian advertisers prefer Canadian-owned and -operated services.<sup>140</sup>

---

135 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 3, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 25, 2010, 1120.

136 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 13, 2010, 1120.

137 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1250.

138 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 9, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 22, 2010, 1200.

139 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1230.

140 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 2010, 1105.



We wish to cap this section with a recommendation made by Astral Media: an independent expert panel should be mandated with reviewing broadcasting policies in order to propose a “new national policy that is adapted to the reality of our global and multi-platform environment.”<sup>141</sup>

#### 4.5 The Canada Media Fund

The Canada Media Fund (CMF) was launched in March 2010 to support the production of Canadian programming in English, French and Aboriginal languages on multiple platforms. It supports the work of Canadian creative talent, including writers, directors and performers. Telefilm Canada administers the CMF. In 2010-2011, the contribution to the Canada Media Fund will total more than \$360 million, according to a news release from the Department of Canadian Heritage.<sup>142</sup>

Most witnesses supported the new CMF. The NFB,<sup>143</sup> the Canadian Interactive Alliance,<sup>144</sup> The Mark News<sup>145</sup> and marbledmedia<sup>146</sup> all applauded this government initiative.

Mr. Gaylor, a documentary filmmaker with EyeSteelFilm and Mr. Anderson of OpenMedia.ca<sup>147</sup> also felt it is a step in the right direction, even though they said the CMF gives greater support to traditional broadcasters. The Entertainment Software Association of Canada made similar comments, recommending that additional funds should be allocated for the experimental stream of the CMF.<sup>148</sup>

ACTRA<sup>149</sup> and the Writers Guild of Canada would like to see the creation of a specific fund for Canadian online content, financed through contributions from Internet service providers.

---

141 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 16, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 25, 2010, 1215.

142 The Honourable James Moore, News Release, “Government of Canada Celebrates the Launch of the Canada Media Fund,” March 26, 2010, <http://www.pch.gc.ca/pc-ch/minstr/moore/cdm-mc/cd-ns-fra.cfm?action=doc&DocIDCd=CJM093013> (accessed June 10, 2010).

143 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 29, 2010, 1135.

144 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 29, 2010, 1140.

145 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 7, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 15, 2010, 1130.

146 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 2010, 1110.

147 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1255.

148 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1230.

149 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1145.

## 4.6 International treaties

The federal government's role in negotiating treaties came up in testimony. As noted in section 3.5, a number of witnesses suggested that Canada should implement the WIPO treaties regarding ISP liability.

In addition, a couple of witnesses raised the issue of co-production treaties. Mr. Bishop of marbledmedia said:

On the topic of foreign investment, we see the co-production treaties only reflect film and television. They're dated and they need to be revised. Our co-production treaties need to embrace interactive content and interactive platforms. As Canadian licence fees decrease from the broadcasters—and we see that more and more—we need partnerships and foreign investment into our content.<sup>150</sup>

On the same topic, Mr. Barrack of the Canadian Film and Television Production Association noted:

...foreign financing to Canadian-certified productions has significantly decreased, dropping from \$407 million to \$196 million between 2001 and 2008. Our co-production activity has also experienced incredible declines, dropping by more than half to about \$390 million through the same period.

In our view, these downward trends can be reversed by updating our international policies and programs. Canada's official co-production treaties and new export promotion programs could be invaluable tools in these areas.<sup>151</sup>

In addition to these treaties, a few witnesses raised concerns about negotiations toward the Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA) (see section 3.5.5) and about foreign trade agreements. With regard to the latter, Mr. Pineau of the CCA said:

Foreign trade agreements may contribute to restricting Canada's capacity to adopt cultural policies. NAFTA's [North American Free Trade Agreement] chapter 11 provides foreign investors with a right to sue the Canadian government and to seek compensation for foreign actions, including those of regulatory agencies like the CRTC, if they believe the decisions violate their rights under NAFTA. The CCA is very concerned with the fact that the Canadian government has tabled such a dispute resolution mechanism in the current comprehensive negotiations with the European Union.<sup>152</sup>

---

150 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 2010, 1115.

151 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 6, 2010, 1120.

152 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 13, 2010, 1215.

## 4.7 Foreign ownership

On the issue of foreign ownership, a number of witnesses were opposed to relaxing the restrictions on foreign ownership. To quote Mr. Pineau of the CCA,

There is debate about the wisdom of opening up foreign investment and having eventual foreign control in telecommunications. The justification is that by bringing in more competition, we will achieve lower prices for consumers. It's difficult to be against this objective, but there are serious reasons to fear the consequences of the current backdoor approach to changing long-standing cultural policies.<sup>153</sup>

Mr. Pineau went on to spell out one of these reasons:

... if foreign companies are permitted entry, or force entry, into Canada's broadcasting system, existing rules and regulations relating to the production and distribution of Canadian content productions may be sustainable, since the foreign company will be entering a market where those rules exist. However, if the CRTC or the government were to try to update the rules to reflect a new environment, the foreign company might have a cause for action under chapter 11 [of NAFTA].<sup>154</sup>

Support for maintaining current restrictions was also expressed by ACTRA,<sup>155</sup> the Writers Guild of Canada,<sup>156</sup> the Association des producteurs de films et de télévision du Québec,<sup>157</sup> and the Canadian Film and Television Production Association.<sup>158</sup>

On the other hand, several witnesses saw potential benefits from increased foreign ownership. Mr. Engelhart of Rogers Communications said:

We do not believe changes to foreign ownership rules will have an impact on Canadian culture and content. Canada's foreign ownership rules can be changed for telecommunications carriers and cable companies. These businesses are primarily pipes that carry content. The foreign ownership rules can be preserved for the content providers. Radio and TV stations and specialty channels can remain in Canadian hands. This would provide the capital-intensive distributors with lower-cost access to foreign capital while ensuring that the vital content producers are Canadian.<sup>159</sup>

---

153 Ibid., 1210.

154 Ibid., 1215.

155 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1145.

156 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1120.

157 Ibid., 1220.

158 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 6, 2010, 1115.

159 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 2010, 1105.

Likewise, with respect to foreign ownership in the gaming industry, Ian Kelso, President and Chief Executive Officer, Canadian Interactive Alliance, said that it can have positive benefits:

Our biggest successes are usually right now acquired by foreign companies that have the capital to invest in stealing the product or the service. But those foreign acquisitions are not always necessarily bad things, because the increased capital does give us a lot more footprint in terms of jobs. We tend to retain the jobs here, and we tend to retain the creative talent in this country.<sup>160</sup>

#### 4.8 Canadian content

In section 3.8, we looked at some of the issues witnesses raised about Canadian content. In this section, we look at suggestions for federal government action. Mr. Glick of Google Inc. drew a distinction between the regulation of Canadian content on the supply side and on the demand side:

On the supply side, we've had a system of government subsidies, tax incentives, and all that stuff for the creation of Canadian content. I'm not saying that any of it needs to fall by the wayside; there's still a case for the subsidization of Canadian content or the continuation of tax incentives for the creation of professional content. I don't see any problem with that. In fact, the more content the better, from the perspective of intermediaries. On the demand side, when we're regulating the demand part—that is, with quotas—I think quotas are going to be increasingly unsustainable, frankly.<sup>161</sup>

Mr. Benskin of ACTRA listed a number of ideas for federal government support of Canadian content:

We also need to support Canadians who are creating Canadian content. Government must embrace policies that promote the production of content that reflects Canada to Canadians and the world, regardless of the types of screens we're watching them on.

The Canada Media Fund is a positive step in this direction; however, it isn't new money. For Canada's digital media industry to thrive, it needs enhanced, long-term government investment. CBC, Telefilm, and the NFB also need clear mandates and stable public funding to ensure that they are again leaders in telling Canadian stories in this new digital world.

A federal tax credit for original digital media production, similar to the Canadian film or video production tax credit, would encourage private investment, further developing and, as importantly, retaining Canada's highly skilled digital media workers.

---

160 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 11, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 29, 1145.

161 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 4, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, March 30, 2010, 1150.



The federal government could also offer incentives to encourage Canadian advertisers to support websites featuring Canadian content. You can expand section 19.1 of the *Income Tax Act* to give Canadian advertisers tax deductions for advertising on Canadian-owned websites that give prominence to Canadian digital media content.<sup>162</sup>

His colleague, Mr. Waddell, added that ACTRA would like to see Internet and wireless service providers contribute to a digital Media Fund.<sup>163</sup> The idea of a fund to support Canadian content was also supported by the Writers Guild of Canada<sup>164</sup> and the Association des producteurs de films et de télévision du Québec.<sup>165</sup>

#### 4.9 Access and training

The importance that many witness attach to broadband Internet access has been noted in sections 3.3 and 4.3. Another aspect of access to emerging and digital media was raised by Mrs. Catherine Edwards of the Canadian Association of Community Television Users and Status (CACTUS). She called for the establishment of community-operated multimedia training centres, which would provide access to all media technologies. These centres would be funded from the existing community television policy.<sup>166</sup> This idea was supported by the CCA.<sup>167</sup>

With regard to training, Mr. Proulx of the Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec said that Canada's digital policy should, "support provincial authorities and invest in programs that are already in place. We must above all make sure that training programs match industry needs."<sup>168</sup>

---

162 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, April 27, 2010, 1150.

163 *Ibid.*

164 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 4, 2010, 1120.

165 *Ibid.*, 1225.

166 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 15, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 13, 1225.

167 *Ibid.*, 1220.

168 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40<sup>th</sup> Parliament, 3<sup>rd</sup> Session, May 11, 2010, 1210.

## CHAPTER 5: NEXT STEPS

---

The Committee was grateful for the informed testimony it heard and would like to thank the witnesses for all their hard work. At the same time, it felt that after 13 hearings on the subject of emerging and digital media, it had only begun to learn about the many opportunities and challenges in this rapidly evolving field.

This interim report will give the Committee, as well as the public at large, the chance to reflect on the testimony it has already heard and to prepare for a resumption of hearings when the House of Commons reconvenes.



## APPENDIX A LIST OF WITNESSES

Organizations and Individuals	Date	Meeting
<b>Social Sciences and Humanities Research Council of Canada</b> Chad Gaffield, President Gisèle Yasmeen, Vice-President, Partnerships Directorate Murielle Gagnon, Director, Strategic Programs and Joint Initiatives, Partnerships Directorate	2009/10/27	32
<b>University of Ottawa</b> Michael Geist, Chair, Research in Internet and E-Commerce Law	2010/03/25	3
<b>Google Inc.</b> Jacob Glick, Canada Policy Counsel	2010/03/30	4
<b>Association nationale des éditeurs de livres</b> Aline Côté, President of Copyright and Editor	2010/04/15	7
<b>EyeSteelFilm Inc.</b> Brett Gaylor, Documentary Filmmaker		
<b>The Mark News</b> Jeff Anders, Chief Executive Officer and Co-Founder		
<b>Access Copyright</b> Roanie Levy, General Counsel and Director, Policy and External Affairs	2010/04/20	8
<b>Canadian Photographers Coalition</b> André Cornellier, Co-Chair, Chief Executive Officer of La Maison de l'image et de la photographie		
<b>Lone Pine Publishing</b> Glenn Rollans, Partner		
<b>Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction</b> Danièle Simpson, President, Vice-President, Union des écrivaines et écrivains Québécois		
<b>Société québécoise des auteurs dramatiques</b> Marie-Louise Nadeau, Director, Playright		
<b>Canadian Recording Industry Association</b> Graham Henderson, President	2010/04/22	9
<b>Quinlan Road Limited</b> Loreena McKennitt, President		



<b>Organizations and Individuals</b>	<b>Date</b>	<b>Meeting</b>
<b>Universal Music Canada</b> Darlene Gilliland, Director, Digital Business Development and Business Affairs	2010/04/22	9
<b>Warner Music Canada</b> Charlie Millar, Director, Digital Business Development		
<b>As an individual</b> John Bonnett, Canada Research Chair in Digital Humanities and Assistant Professor, Department of History, Brock University David Wolfe, Professor of Political Science, Co-Director of the Program on Globalization and Regional Innovation Systems, University of Toronto	2010/04/27	10
<b>Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists</b> Tyrone Benskin, National Vice-President Stephen Waddell, National Executive Director		
<b>OpenMedia.ca</b> Steve Anderson, Founder and National Coordinator		
<b>Canadian Interactive Alliance</b> Ian Kelso, President and Chief Executive Officer, Interactive Ontario	2010/04/29	11
<b>Groupe CIC (Communication, Information, Culture)</b> Richard Paradis, President		
<b>MoboVivo Inc.</b> Trevor Doerksen, Chief Executive Officer		
<b>National Film Board</b> Tom Perlmutter, Government Film Commissioner and Chair Claude Joli-Co��ur, Assistant Commissioner Deborah Drisdell, General Director, Accessibility and Digital Entreprises		
<b>Association des producteurs de films et de télévision du Québec</b> Claire Samson, President and Chief Executive Officer Brigitte Doucet, Deputy General Director	2010/05/04	12
<b>Entertainment Software Association of Canada</b> Jason Kee, Director of Policy and Legal Affairs		
<b>Library and Archives Canada</b> Daniel J. Caron, Librarian and Archivist Jean-St��phen Pich��, Acting Assistant Deputy Minister, Resource discovery sector		

<b>Organizations and Individuals</b>	<b>Date</b>	<b>Meeting</b>
<b>Writers Guild of Canada</b> Maureen Parker, Executive Director Kelly Lynne Ashton, Director, Industrial and Policy Research	2010/05/04	12
<b>Canadian Film and Television Production Association</b> Marc Séguin, Senior Vice-President Policy John Barrack, Chief Operating Officer and Chief Legal Officer	2010/05/06	13
<b>National Campus and Community Radio Association</b> Shelley Robinson, Executive Director		
<b>Nordicity Group Ltd.</b> Peter Lyman, Senior Partner		
<b>Telefilm Canada</b> Carolle Brabant, Executive Director Dave Forget, Director, Contracts and Certification		
<b>As an individual</b> Steven High, Canada Research Chair in Public History, Department of History, Concordia University	2010/05/11	14
<b>Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec</b> Pierre Proulx, Chief Executive officer		
<b>marblemedia Inc.</b> Mark Bishop, Partner/Producer		
<b>Rogers Communications Inc.</b> Kenneth Engelhart, Senior Vice-President, Regulatory Jeremy Butteriss, Director, Broadband Entertainment, Rogers Cable		
<b>Canadian Association of Community Television Users and Stations (CACTUS)</b> Catherine Edwards, Spokesperson	2010/05/13	15
<b>Canadian Conference of the Arts</b> Alain Pineau, National Director		
<b>Open Text Corporation</b> Tom Jenkins, Executive Chairman and Chief Strategy Officer		
<b>Score Media Inc.</b> John Levy, Chairman and Chief Executive Officer		

Organizations and Individuals	Date	Meeting
<b>Astral Media Inc.</b> André Bureau, Chairman of the Board Sophie Émond, Vice-President, Regulatory and Government Affairs	2010/05/25	16
<b>Canadian Association of Research Libraries</b> Ernie Ingles, President, Vice-Provost and Chief Librarian, University of Alberta	2010/05/25	16
<b>Corus Entertainment Inc.</b> Gary Maavara, Vice-President and General Counsel Sylvie Courtemanche, Vice-President, Gouvernement Relations		
<b>Magazines Canada</b> Jim Everson, Executive Director, Public Affairs Mark Jamison, Chief Executive Officer		

## **APPENDIX B LIST OF BRIEFS**

---

### **Organizations and individuals**

---

**Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists**

**Astral Media Inc.**

**Bonnett, John**

**Canadian Interactive Alliance**

**Entertainment Software Association of Canada**

**Library and Archives Canada**

**Quinlan Road Limited**

**Social Sciences and Humanities Research Council of Canada**

**Tomasson-Goodwim, Jill**

**Wolfe, David**





# MINUTES OF PROCEEDINGS

A copy of the relevant Minutes of Proceedings (Meetings Nos.3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 and 21) is tabled.

Respectfully submitted,

Gary Schellenberger, MP  
Chair

# PROCÈS-VERBAUX

Un exemplaire des procès-verbaux pertinents (séances nos 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 et 21) est déposé.

Respectueusement soumis,

Le président,

Gary Schellenberger, député





## ANNEXE B

### LISTE DES MÉMOIRES

---

#### Organisations et individus

---

Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio

Alliance interactive canadienne

Association canadienne du logiciel de divertissement

Astral Media inc.

Bibliothèque et Archives Canada

Bonnett, John

Conseil de recherches en sciences humaines du Canada

Quinlan Road Limited

Tomasson-Goodwin, Jill

Wolfe, David

Organisations et individus	Date	Réunion
----------------------------	------	---------

Canadian Association of Community Television

2010/05/13

15

Users and Stations (CACTUS)

Catherine Edwards, porte-parole

Conférence canadienne des arts

Alain Pineau, directeur général

Open Text Corporation

Tom Jenkins, président exécutif et administrateur en chef de la stratégie

Score Media Inc.

John Levy, président-directeur général

Astral Media Inc.

2010/05/25

16

André Bureau, président du conseil d'administration

Sophie Emond, vice-présidente,

Affaires réglementaires et gouvernementales

Association des bibliothèques de recherche du Canada

Ernie Ingles, président,

Vice-Recteur et bibliothécaire en chef, Université de l'Alberta

Corus Entertainment Inc.

Gary Maavara, vice-président et avocat général

Sylvie Courtemanche, vice-présidente,

Relations gouvernementales

Magazines Canada

Mark Jamison, directeur général

Jim Everson, directeur général,

Affaires publiques

Organisations et individus	Date	Réunion
----------------------------	------	---------

**Association canadienne du logiciel de divertissement** 2010/05/04 12  
 Jason Kee, directeur de la politique et des affaires juridiques

**Bibliothèque et Archives Canada**  
 Daniel J. Caron, bibliothécaire et archiviste  
 Jean-Stéphane Piché, sous-ministre adjoint intermédiaire,  
 Secteur de l'exploration des ressources

**Writers Guild of Canada**  
 Maureen Parker, directrice générale  
 Kelly Lynne Ashton, directrice,  
 Recherche, industrie et politique

**Association canadienne de production de films et de télévision** 2010/05/06 13  
 Marc Séguin, premier vice-président, Politique

John Barrack, chef des opérations et directeur des affaires  
 juridiques

**Association nationale des radios étudiantes et communautaires**  
 Shelley Robinson, directrice générale

**Groupe Nordicité ltée**  
 Peter Lyman, associé principal  
**Téléfilm Canada**  
 Carole Brabant, directrice générale  
 Dave Forget, directeur, Contrats et certification

**À titre personnel** 2010/05/11 14  
 Steven High, chaire de recherche du Canada en histoire  
 publique, Département de l'histoire, Concordia University

**Alliance numérique - Réseau de l'industrie  
 numérique du Québec**  
 Pierre Proulx, directeur général  
**marblemedia inc.**  
 Mark Bishop, partenaire/réalisateur

**Rogers Communications inc.**  
 Kenneth Engelhart, vice-président principal,  
 Réglementation  
 Jeremy Butters, directeur,  
 Divertissement de large bande, Rogers Cable

Organisations et individus			Date	Réunion
Universal Music Canada	Darlene Gilliland, directrice, Digital Business Development and Business Affairs	Warner Music Canada	2010/04/22	9
	Charlie Millar, directeur, Digital Business Development			
À titre personnel	John Bonnett, programme des chaires de recherche en sciences humaines numériques et professeur adjoint, Département d'histoire, Brock University	Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio	2010/04/27	10
	David Wolfe, professeur des sciences politiques, Codirecteur de programme de globalisation sur les systèmes régionaux d'innovation, Université de Toronto			
Alliance interactive canadienne	Steve Anderson, fondateur et coordonnateur national	Groupe CIC (Communication, Information, Culture)	2010/04/29	11
	Ian Kelso, président-directeur général, Interactive Ontario			
Mobovivo Inc.	Richard Paradis, président	Office national du film		
	Trevor Doerkssen, directeur-général			
Association des producteurs de films et de télévision du Québec	Tom Perlmutter, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président	Accessibilité et entreprises numériques	2010/05/04	12
	Claude Joli-Coeur, commissaire adjoint			
Claire Samson, présidente et directrice générale Brigitte Doucet, directrice générale adjointe	Deborah Drisdell, directrice générale, Accessibilité et entreprises numériques			



# ANNEXE A

## LISTE DES TÉMOINS

Organisations et individus	Date	Réunion
----------------------------	------	---------

Conseil de recherches en sciences humaines du Canada

2009/10/27

32

Chad Gaffield, président

Gisèle Yasmeeen, vice-présidente, Direction des partenariats

Murielle Gagnon, directrice, Programmes stratégiques et

initiatives conjointes, Direction des partenariats

Association nationale des éditeurs de livres

2010/04/15

7

Aline Côté, présidente du droit d'auteur et editrice

EyeSteelFilm Inc.

Brett Gaylor, documentariste

The Mark News

Jeff Anders, président-directeur général et cofondateur

Access Copyright

2010/04/20

8

Roanie Levy, avocat général et directeur,

Politique des affaires extérieures

Coalition canadienne des Photographes

André Cornellier, co-président,

Directeur général de La Maison de l'Image et de la

photographie

Lone Pine Publishing

Glenn Rollans, associé

Société québécoise de gestion collective des droits

de reproduction

Danièle Simpson, présidente,

Vice-présidente, union des écrivains Québécois

Société québécoise des auteurs dramatiques

Marie-Louise Nadeau, directrice,

Auteure dramatique

Association de l'industrie canadienne de

2010/04/22

9

l'enregistrement

Graham Henderson, président

Quinlan Road Limited

Loreena McKennitt, présidente



---

## CHAPITRE 5 : LES PROCHAINES ÉTAPES

Le Comité est reconnaissant des témoignages éclairés qu'il a entendus et souhaite remercier les témoins de leur excellent travail. Par ailleurs, il estime qu'après seulement 13 audiences sur la question des médias numériques et émergents, il n'a pu qu'effleurer la surface des multiples possibilités et défis que présente ce domaine qui évolue rapidement.

Le présent rapport provisoire donnera l'occasion au Comité, et à l'ensemble de la population, de réfléchir aux témoignages entendus et de se préparer à reprendre les audiences quand la Chambre des communes reprendra ses activités.

162	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1150.
163	<i>Ibid.</i>
164	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1120.
165	<i>Ibid.</i> , 1225.
166	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 15, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1225.
167	<i>Ibid.</i> , 1220.
168	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 14, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1210.

En ce qui concerne la formation, M. Proulx de l'Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec a déclaré que la politique canadienne sur le numérique devrait « soutenir les instances provinciales et investir dans les programmes déjà en place. Il faut surtout favoriser l'adéquation entre les besoins de l'industrie et les programmes de formation<sup>168</sup>. »

L'importance que de nombreux témoins accordent à l'accès à Internet à large bande a déjà été soulignée aux sections 3.3 et 4.3. M<sup>me</sup> Catherine Edwards de la Canadian Association of Community Television Users and Status (CACTUS) a signalé un autre élément de l'accès aux médias numériques et émergents. Elle a réclamé l'établissement de centres communautaires de formation en multimédia, qui donneraient accès à toutes les technologies des médias. Ces centres seraient financés grâce à l'actuelle politique sur la télévision communautaire<sup>166</sup>. La CCA appuie cette idée<sup>167</sup>.

4.9 Accès et formation

Son collègue, M. Waddell, a ajouté qu'ACTRA aimerait que les fournisseurs de services Internet et sans-fil contribuent à un fonds des médias numériques<sup>163</sup>. La Writers Guild of Canada<sup>164</sup> et l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec<sup>165</sup> ont aussi appuyé l'idée d'un fonds destiné à soutenir le contenu canadien.

Le gouvernement fédéral pourrait proposer des mesures incitatives pour encourager les annonceurs canadiens à appuyer les sites Web qui présentent du contenu canadien. Vous pouvez étendre la portée de l'article 19.1 de la Loi de l'impôt sur le revenu de manière à accorder des déductions fiscales aux annonceurs qui font de la publicité sur des sites Web appartenant à des intérêts canadiens qui accordent une place prépondérante au contenu canadien<sup>162</sup>.

Parallèlement, en ce qui concerne la propriété étrangère dans l'industrie des jeux, Ian Kelso, président-directeur général de l'Alliance interactive canadienne, a affirmé qu'elle pouvait avoir des effets positifs :

Nos plus grandes réussites sont en règle générale à l'heure actuelle achetées par des sociétés étrangères qui disposent du capital nécessaire pour investir dans le vol du produit ou du service. Mais ces acquisitions étrangères ne sont pas toujours forcement de mauvaises choses, car le capital accru nous accorde une plus grosse empreinte sur le plan de l'emploi. Nous avons tendance à conserver les emplois ici, et nous avons tendance à retenir dans le pays le talent créatif<sup>160</sup>.

## 4.8 Contenu canadien

À la section 3.8, nous avons examiné certaines questions que les témoins ont soulevées au sujet du contenu canadien. Dans la présente section, nous abordons des suggestions concernant les mesures que peut prendre le gouvernement fédéral. M. Glick de Google Inc. a établi une distinction à l'égard de la réglementation du contenu canadien, selon qu'elle s'applique à l'offre ou à la demande :

Du côté de l'offre, nous avons un système de subventions gouvernementales, d'incitatifs fiscaux et différentes mesures favorisant la création de contenu canadien. Je ne suis pas en train de dire que nous devons nous débarrasser de ces formes de soutien; il y a toujours lieu de subventionner le contenu canadien et de maintenir les incitatifs fiscaux pour la création de contenu professionnel. Je ne crois pas que cela pose quelque problème que ce soit. En fait, plus il y a de contenu et mieux les intermédiaires se portent. Du côté de la demande, notre action réglementaire prend la forme de quotas, une solution qui deviendra de moins en moins envisageable à mon avis<sup>161</sup>.

M. Benskin d'ACTRA a dressé une liste d'idées que pourrait adopter le gouvernement fédéral pour appuyer le contenu canadien :

Nous devons aussi appuyer les Canadiens qui produisent du contenu canadien. Le gouvernement doit faire sienne les politiques qui favorisent la production de contenu qui reflète la réalité canadienne pour les Canadiens et pour le monde entier, peu importe le type d'écran sur lequel ils le regardent.

Le Fonds des médias du Canada est un bon pas dans cette direction. Cependant, ce n'est pas de l'argent frais. Pour que l'industrie des médias numériques du Canada prospère, elle a besoin que le gouvernement investisse davantage et à long terme. Radio-Canada, Téléfilm Canada et l'Office national du film ont aussi besoin d'un mandat clair et d'un financement public constant pour redevenir, dans ce nouveau monde numérique, des chefs de file dans l'art de raconter des histoires aux Canadiens.

Un crédit d'impôt fédéral pour la production de contenu numérique original semblable au crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne favoriserait les investissements privés, la poursuite du développement et — ce qui est tout aussi important — le maintien en fonction de la main-d'œuvre hautement qualifiée en médias numériques du Canada.

160	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 11, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1145.
161	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 4, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1150.



Stagissant de propriété étrangère, plusieurs témoins se sont opposés à l'assouplissement des restrictions imposées. Selon M. Pineau de la CCA :

La question de savoir s'il serait sage d'ouvrir le secteur des télécommunications aux investisseurs étrangers avec le risque de voir ce secteur éventuellement tomber aux mains d'intérêts étrangers, est actuellement controversée. L'argument avancé est qu'en augmentant la concurrence, on abaissera les prix au consommateur. L'objectif est certes louable, mais il y a de bonnes raisons de craindre les conséquences d'un tel moyen détourné de modifier, dans le domaine de la culture, des politiques en place depuis longtemps<sup>153</sup>.

M. Pineau a explicité une de ces raisons :

[...] dans l'hypothèse où des entreprises étrangères seraient autorisées à prendre des participations dans notre secteur de la radiodiffusion, ou y entreraient de force, les règles et règlements actuels concernant la production et la distribution de contenu canadien pourraient voir confirmer leur validité dans la mesure où ces sociétés étrangères prendraient pied sur un marché soumis déjà à un cadre réglementaire. Mais, si le CRTC ou le gouvernement tentait de mettre cette réglementation à jour afin de l'adapter à un nouvel environnement, les compagnies étrangères disposeraient d'un argument de poids pour tenter un procès au titre du chapitre 11 [de l'ALENA]<sup>154</sup>.

D'autres organismes se sont exprimés en faveur du maintien des restrictions actuelles, soit l'ACTRA<sup>155</sup>, la Writers Guild of Canada<sup>156</sup>, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec<sup>157</sup> et l'Association canadienne de production de films et de télévision<sup>158</sup>.

Par ailleurs, plusieurs témoins voyaient des avantages possibles à l'accroissement de la propriété étrangère. Selon M. Engelhart de Rogers Communications :

Nous ne croyons pas que la modification des règles régissant la propriété étrangère aura un impact sur la culture et le contenu canadiens. On peut changer les règles canadiennes qui régissent la propriété étrangère en ce qui concerne les sociétés de télécommunications et les entreprises de cablodistribution. Ces entreprises sont principalement des distributeurs de contenu. Et on peut maintenir les règles qui régissent la propriété étrangère en ce qui a trait aux fournisseurs de contenu. Les stations de radio et de télévision et les chaînes spécialisées peuvent demeurer sous contrôle canadien. Cela permettrait aux distributeurs à forte intensité de capital d'accéder au capital étranger à moindre coût, tout en s'assurant que les producteurs de contenu sont canadiens<sup>159</sup>.

153	<i>Ibid.</i> , 1210.
154	<i>Ibid.</i> , 1215.
155	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1145.
156	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1120.
157	<i>Ibid.</i> , 1220.
158	Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1115.
159	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1105.

Il a été question, lors des témoignages, du rôle du gouvernement fédéral dans la négociation de traités. Comme souligné dans la section 3.5, des témoins ont suggéré que le Canada mette en œuvre les traités de l'OMPI sur la responsabilité des FSI.

De plus, deux témoins ont soulevé la question des traités de coproduction. M. Bishop de marblmedia a déclaré que :

En ce qui concerne l'investissement étranger, nous constatons que les traités de coproduction ne portent que sur les productions cinématographiques et télévisuelles. Ils sont dépassés et ont besoin d'être révisés. Nos traités de coproduction doivent englober le contenu interactif et les plateformes interactives. Puisque les droits de licence que perçoivent les diffuseurs au Canada diminuent — une tendance qui s'accroît<sup>150</sup> —, nous avons besoin de partenariats et d'investissements étrangers dans notre contenu.

Sur le même sujet, M. Barrack de l'Association canadienne de production de films et de télévision a souligné que :

[...] le financement étranger accordé aux productions certifiées canadiennes a considérablement diminué, passant de 407 à 196 millions de dollars entre 2001 et 2008. Nos activités de coproduction ont également subi des reculs incroyables, des diminutions de plus de 50 p. 100 pour atteindre environ 390 millions de dollars pendant la même période.

Selon nous, ces tendances à la baisse peuvent être renversées si nous mettons à jour nos politiques et nos programmes internationaux. Les traités de coproduction officiels du Canada et les programmes de promotion des nouvelles exportations pourraient sauver

très précieux dans ces domaines<sup>151</sup>.

En plus de parler de ces traités, certains témoins ont exprimé des inquiétudes au sujet des négociations visant l'Accord commercial relatif à la contrefaçon (ACRC) (voir la section 3.5.5) et au sujet des accords de commerce extérieur. À ce sujet, M. Pineau de la Conférence canadienne des arts (CCA) a déclaré que :

Les accords conclus par le Canada en matière de commerce international entraînent peut-être une restriction de la liberté d'action du Canada en matière de politiques culturelles. Le chapitre 11 de l'ALENA [Accord de libre-échange nord-américain] reconnaît en effet aux investisseurs étrangers le droit d'actionner le gouvernement canadien et de demander à être indemnisés des mesures, y compris celles prises par des organismes de régulation tels que le CRTC, qu'ils estiment contraires aux droits que leurs sont garantis aux termes de l'ALENA. Le CCA s'inquiète beaucoup du fait que le gouvernement canadien a proposé l'adoption d'un tel mécanisme de règlement des différends dans le cadre des négociations globales actuellement en cours avec l'Union européenne<sup>152</sup>.

150	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1115.
151	Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1120.
152	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1215.

Le même règlement devrait s'appliquer aux sites Web américains. Il sera ainsi plus coûteux de placer de la publicité sur Hulu, par exemple, si jamais ce service est offert au Canada. L'objectif devrait être de s'assurer que les annonceurs préfèrent les services qui appartiennent à des entreprises canadiennes et qui sont exploitées par elles.<sup>140</sup>

Pour conclure cette section, nous tenons à souligner la suggestion faite par Astral Media de confier la révision de la politique en matière de radiodiffusion à un comité d'experts indépendants, afin d'avoir une « nouvelle politique nationale qui soit adaptée à la réalité de notre environnement global et multiplateforme<sup>141</sup> ».

#### 4.5 Le Fonds des médias du Canada

Le Fonds des médias du Canada (FMC) a été lancé en mars 2010 dans le but de soutenir la production d'émissions canadiennes en français, en anglais et en langues autochtones sur les différentes plateformes de diffusion. Il appuie le travail des créateurs canadiens, des scénaristes, des réalisateurs et des artistes. Téléfilm Canada administre le FMC. En 2010-2011, le budget consacré à ce Fonds dépassera les 360 millions de dollars selon un communiqué du ministère du Patrimoine canadien<sup>142</sup>.

La plupart des témoins ont accueilli favorablement l'instauration du nouveau FMC. L'ONF<sup>143</sup>, l'Alliance interactive canadienne<sup>144</sup>, *The Mark News*<sup>145</sup> et *marblemedia*<sup>146</sup> ont salué cette initiative du gouvernement.

M. Gaylor, documentariste de *EyeSteelfilm*, et M. Anderson d'*OpenMedia.ca*<sup>147</sup> considèrent également qu'il s'agit d'un pas dans la bonne direction même si le FMC soutiendrait davantage les radiodiffuseurs traditionnels à leur dire. L'Association canadienne du logiciel du divertissement y est allée d'un commentaire similaire en proposant que davantage de fonds soient affectés au volet expérimental du FMC<sup>148</sup>.

De son côté, l'ACTRA<sup>149</sup> et la Writers Guild of Canada souhaitent qu'un fonds spécifique soit créé pour le contenu canadien en ligne, qui serait financé par des redevances des fournisseurs de services Internet.

140	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1105.
141	Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1215.
142	L'honorable James Moore, Communiqué, « Le gouvernement du Canada célèbre le lancement du Fonds des médias du Canada, » 26 mars 2010, <a href="http://www.pch.gc.ca/pcc-ch/ministr/moore/cdm-mc/cd-ms-tra.cfm?action=doc&amp;DocIDCd=CJM093013">http://www.pch.gc.ca/pcc-ch/ministr/moore/cdm-mc/cd-ms-tra.cfm?action=doc&amp;DocIDCd=CJM093013</a> (consulté le 10 juin 2010).
143	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1135.
144	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1140.
145	Témoignages, Comité, réunion n° 7, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 15 avril 2010, 1130.
146	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1110.
147	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1255.
148	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1230.
149	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1145.

Des entreprises qui œuvrent dans le domaine de l'édition et des arts visuels demandent une meilleure protection des droits d'auteur pour les auteurs, les éditeurs et les travailleurs de l'industrie de la photographie. Des éditeurs comme *Lone Pine Publishing* s'attendent à une rémunération raisonnable pour leur travail<sup>134</sup>.

Comme mentionné dans la section 3.9, il a été également question de la neutralité d'Internet lors de nos travaux. M. Geist<sup>135</sup> et M. Levy de Score Media Inc.<sup>136</sup> demandent que des règles soient instituées afin que tout le contenu sur l'Internet soit sur un pied d'égalité et ne soit pas victime d'une limitation de l'accès en fonction du genre de contenu ou du logiciel utilisé pour le diffuser. Le coordonnateur d'OpenMedia.ca, M. Anderson, reproche au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) de ne pas surveiller adéquatement les fournisseurs de services Internet qui « gèrent » le trafic. Il demande l'élaboration d'une loi sur la neutralité de l'Internet<sup>137</sup>.

Des entreprises comme Universal Music et Warner Music Canada attendent du gouvernement fédéral qu'il mette en place des mécanismes « pour favoriser l'innovation, encourager les investissements et protéger les créateurs<sup>138</sup> ».

En matière de ressources humaines, l'Association canadienne du logiciel de divertissement demande d'éliminer les obstacles à l'arrivée des travailleurs étrangers qui possèdent l'expérience et les compétences nécessaires dans le secteur du numérique. Les formalités en matière de visa de travail seraient trop lourdes actuellement<sup>139</sup>.

De son côté, Rogers Communications estime que la réglementation actuelle a bien servi les industries culturelles canadiennes. Toutefois, l'entreprise est préoccupée par la décision du CRTC du 23 mars 2010 concernant la compensation pour la valeur des signaux de télévision locale des télévisions généralistes. De plus, l'entreprise fait la suggestion suivante :

Il y a aussi des politiques que le gouvernement fédéral pourrait adopter. Par exemple, conformément à l'article 19 de la *Loi de l'impôt sur le revenu*, les entreprises canadiennes ne peuvent pas déduire de leur revenu imposable les dépenses engagées pour placer de la publicité dans des magazines américains ou sur les ondes de stations de télévision frontalières.

---

134	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 8, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 20 avril 2010, 1130.
135	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 3, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1120.
136	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 15, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1120.
137	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1250.
138	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 9, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 22 avril 2010, 1200.
139	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1230.



Seul M. Glick de Google Inc. a exprimé certaines réserves sur une éventuelle stratégie numérique nationale. Il a insisté sur la nécessité qu'une telle stratégie soit souple et qu'elle s'adapte à l'évolution rapide qui touche le secteur numérique<sup>127</sup>.

#### 4.4 Lois et règlements

Des participants aux travaux du Comité ont proposé des changements à certaines lois et certains règlements qui ont une incidence sur la radiodiffusion et la production de contenu culturel.

Deux courants de pensée existent sur cette question. Des témoins estiment qu'il faut résister à la tentation de vouloir réglementer l'Internet de quelque manière que ce soit. Il faut plutôt créer des incitatifs pour encourager la production de contenu original sur le Web, notamment du contenu canadien. Cette position a été défendue avec force par M. Glick de Google Inc.<sup>128</sup>.

L'argument le plus souvent invoqué est que les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications sont de plus en plus intimement liés et qu'il est de plus en plus difficile de fixer une frontière entre les deux. M. Geist de l'Université d'Ottawa propose de remanier la *Loi sur la radiodiffusion* et la *Loi sur les télécommunications* pour ne faire qu'une seule loi générale sur les communications<sup>129</sup>. Il est clair également pour l'Alliance interactive canadienne<sup>130</sup>, le Groupe CJC<sup>131</sup>, et l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec<sup>132</sup> que le cadre législatif actuel ne reflète pas la convergence dans les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications. Des réserves ont toutefois été exprimées. M. Lyman du Groupe Nordicité doute qu'une telle modification législative puisse être effectuée à brève échéance et constate aussi que :

Lorsque les gens parlent de fusionner les télécommunications et la radiodiffusion, ce qu'ils veulent dire, c'est qu'il faut éliminer les dispositions relatives à la radiodiffusion afin que nous n'ayons pas à bidouiller lorsque nous en venons à ces domaines difficiles de ce qui constitue ou non la radiodiffusion. C'est un domaine très compliqué. Une bonne façon d'y arriver serait de fusionner les deux — se contenter d'une loi sur les télécommunications et abolir la *Loi sur la radiodiffusion* —, mais je ne pense pas que ce soit l'orientation adoptée par le pays<sup>133</sup>.

127	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 4, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1135.
128	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 4, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1115.
129	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 3, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1110.
130	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 11, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1150.
131	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 11, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1230.
132	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1215.
133	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 13, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1145.



De son côté, l'ACTRA estime que cette stratégie devrait obligatoirement comprendre les éléments suivants :

- des limites en matière de propriété étrangère;
- une augmentation des investissements en création de contenu;
- un cadre de réglementation moderne qui assure un volume de présentation au contenu canadien;

- de nouvelles lois sur le droit d'auteur qui permettent aux auditoires d'avoir accès au produit tout en assurant une rémunération équitable aux créateurs<sup>121</sup>.

L'Association canadienne de production de films et de télévision<sup>122</sup> et la Writers Guild of Canada se sont prononcées en faveur de l'adoption d'une stratégie numérique nationale au nom des scénaristes du Canada. Des incitatifs pour encourager la création d'œuvres numériques et la mise à jour de la *Loi sur le droit d'auteur* seraient au centre de cette stratégie :

Une stratégie nationale dans le domaine du numérique devrait avant tout dégager les crédits nécessaires à la création professionnelle d'œuvres numériques; en deuxième lieu, soutenir l'existence d'entreprises canadiennes sur lesquelles repose la production nationale, avec les mesures d'incitation et de réglementation que cela suppose; et troisièmement apporter diverses modifications à la *Loi sur le droit d'auteur* pour que la législation applicable permette aux créateurs de toucher une part équitable des revenus découlant de leurs créations<sup>123</sup>.

La Conférence canadienne des arts affirme que l'élaboration d'une stratégie numérique nationale est indissociable de la mise à jour de la *Loi sur le droit d'auteur*<sup>124</sup>. La promotion de la littérature numérique doit également en faire partie.

De leur côté, M. Paradis du Groupe CIC et les dirigeants de OpenMedia.ca ont insisté sur l'importance que l'accès Internet à haute vitesse soit au cœur d'une telle stratégie<sup>125</sup>.

M. Bishop de marbledmedia Inc. mentionne que la stratégie doit privilégier l'accès à un contenu professionnel numérique canadien distribué par « des services appartenant à des Canadiens<sup>126</sup> ».

121	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1145.
122	Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1115.
123	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1120.
124	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1120.
125	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1230.
126	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1115.

occasion privilégiée de rapprocher les Canadiens de leur patrimoine documentaire. Pour relever ces défis, M. Caron favorise le développement d'un réseau pancanadien de dépôts numériques fiables (des chambres fortes virtuelles) où les ressources produites en format numérique peuvent être stockées et diffusées à court et à moyen terme<sup>117</sup>.

L'Association des bibliothèques de recherche du Canada (ABRC) a tenu essentiellement le même langage que Bibliothèque et Archives Canada. La numérisation du patrimoine canadien suscite beaucoup d'intérêt chez les membres de l'ABRC. L'accès des Canadiens à leur histoire s'en trouvera facilité. Toutefois, l'ABRC a insisté sur le fait que le gouvernement du Canada devait jouer un rôle de leader et investir davantage dans la numérisation du patrimoine documentaire du Canada<sup>118</sup>.

#### 4.3 La stratégie numérique nationale

Le Comité a été à même de constater qu'il y a un large consensus chez les témoins entendus sur la nécessité que le Canada se dote d'une stratégie numérique nationale.

Le président de l'ONF, M. Perlmutter, s'est fait le promoteur de cette idée depuis plus d'un an. Il en avait d'ailleurs fait mention au moment de sa comparution l'an dernier, lors de l'étude du Comité sur l'avenir de la télévision locale au Canada. Il en a de nouveau fait le thème central de son allocution lors de son témoignage du 29 avril 2010<sup>119</sup>. Il a tenu à rappeler que la Grande-Bretagne, la France et l'Australie avaient déjà adopté de telles stratégies.

M. Geist de l'Université d'Ottawa affirme également que le Canada accuse du retard par rapport aux autres pays dans ce domaine. Une telle stratégie s'articulerait principalement sur le développement des compétences et les enjeux relatifs au droit d'auteur dans l'ère numérique. M. Geist propose de financer la mise en œuvre d'une telle stratégie par les revenus tirés de la vente aux enchères du spectre de radiodiffusion libéré par la transition au numérique<sup>120</sup>.

Le Groupe Nordicité s'est particulièrement intéressé au contenu d'une éventuelle stratégie numérique nationale. L'entreprise a rendu public en septembre 2009 un document de discussion intitulé *Towards a National Digital Strategy* qui vise à susciter des débats sur cet enjeu. Peter Lyman, associé au sein de l'entreprise, a mentionné qu'une telle stratégie devait s'adapter à la réalité canadienne. Elle devait s'articuler sur trois enjeux : les technologies de l'information et des télécommunications, le domaine culturel et les ressources humaines et la formation.

117	<i>Ibid.</i> , 1120.
118	Témoignages, Comité, réunion n° 16, <sup>40e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1120.
119	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 avril 2010, 1135.
120	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1115.

# CHAPITRE 4 : MÉDIAS ÉMERGENTS ET NUMÉRIQUES : LE RÔLE DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL

## 4.1 Introduction

L'expansion des médias numériques a transformé différents secteurs de la société canadienne. Certaines institutions fédérales chargées de la diffusion du contenu canadien et de la préservation de la mémoire canadienne doivent transformer leurs fonctionnements. Plusieurs témoins prônent l'élaboration d'une stratégie numérique nationale pour coordonner les actions dans ce domaine. D'autres témoins proposent également de revoir le cadre législatif actuel, qui ne correspondrait plus à l'univers technologique d'aujourd'hui.

## 4.2 La numérisation de l'information gouvernementale et du patrimoine documentaire

Les ministères et organismes fédéraux ont vu leurs activités littéralement transformées par l'expansion des technologies de l'information et des télécommunications (TIC). Les TIC ont révolutionné la manière dont le gouvernement du Canada communique avec ses citoyens.

M. Geist de l'Université d'Ottawa a tenu à rappeler que des pays comme les États-Unis et la Grande-Bretagne ont lancé des initiatives pour faciliter l'accès à l'information gouvernementale par le biais des nouveaux médias. Il affirme qu'une libération des données du gouvernement fédéral aurait un effet d'entraînement « en invitant les entreprises canadiennes à ajouter de la valeur aux données publiques »<sup>114</sup>. Dans un souci de transparence, il a également proposé l'élimination du droit d'auteur de la Couronne et un plus grand nombre de licences ouvertes pour les données gouvernementales, y compris les vidéos du gouvernement<sup>115</sup>.

Comme constaté dans la section 2.2, l'ONF a été particulièrement novateur en matière de libération de contenu. En janvier 2009, l'ONF a lancé l'Espace de visionnage en ligne qui offre à la population canadienne un accès direct à plus de 1 000 titres de sa collection audiovisuelle.

M. Caron de Bibliothèque et Archives Canada a tenu à souligner qu'il y a une surabondance d'information à sauvegarder. Les fonds d'archives, qui étaient auparavant composés de boîtes remplies de livres, d'images, et de documents papier, arrivent désormais sous la forme de clés de mémoire USB<sup>116</sup>. Par ailleurs, c'est aussi une

114 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1110.  
115 *Ibid.*  
116 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai, 2010, 1110.

113	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 15, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1125.
112	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1250.
111	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 4, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1150.
110	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 3, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1110.
109	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 16, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1120.
108	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 3, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1210.
107	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 13, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1115.

Les moyens que les fournisseurs de service Internet et fournisseurs de service sans fil ont de contrôler l'accès à Internet, soit en raison de leur intégration verticale, soit parce qu'ils ont tout intérêt à accorder la priorité à leur propre contenu, ou encore parce qu'ils ont conclu des accords avec de grandes sociétés de distribution à qui ils accordent un accès prioritaire, sont pour nous une source de préoccupation. Si nous souhaitons, dans l'univers de ces nouveaux médias, préserver la diversité de voix authentiquement canadiennes, on ne peut pas subordonner l'accès à Internet au paiement d'un droit<sup>113</sup>.

Le Comité a entendu plusieurs témoins dire qu'un Internet ouvert où tout le contenu est traité équitablement — la soi-disant neutralité d'Internet — est essentiel à la mise au point de médias numériques et émergents.

Parmi eux figuraient M. Geist de l'Université d'Ottawa<sup>110</sup>, Google Inc.<sup>111</sup>, OpenMedia.ca<sup>112</sup> et M. Levy de Score Media Inc. Comme l'a dit ce dernier :

**3.9 Internet ouvert**

Certains témoins jugeaient inquiétant que le contenu canadien soit numérisé par des entreprises étrangères. Citons à titre d'exemple l'initiative de numérisation de livres de Google Inc. Comme l'a souligné M. Geist de l'Université d'Ottawa : « L'initiative de Google est une excellente initiative, mais si la seule source de numérisation importante est Google, cela pose un problème<sup>108</sup>. » Ernie Ingles, président de l'Association des bibliothèques de recherche du Canada, a déclaré que lorsqu'il s'agit de la numérisation de Canadiana : « Nous ne voulons pas un fiasco à la Google, où il faudrait numériser notre patrimoine et ensuite le racheter. Nous voulons éviter cette situation dans la mesure du possible<sup>109</sup>. »

nationale des médias numériques devrait « s'assurer que le contenu professionnel créé par les Canadiens ait priorité sur nos réseaux à large bande<sup>107</sup> ».



101	Témoignages, Comité, réunion n° 7, 40° législature, 3° session, 15 avril 2010, 1125.
102	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40° législature, 3° session, 25 mars 2010, 1215.
103	Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40° législature, 3° session, 30 mars 2010, 1115.
104	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40° législature, 3° session, 4 mai 2010, 1130.
105	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40° législature, 3° session, 27 avril 2010, 1145.
106	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40° législature, 3° session, 29 avril 2010, 1225.

Réagissant au flot de contenu en ligne provenant de partout dans le monde, certains témoins ont pressé le gouvernement canadien de veiller à réserver suffisamment d'espace au contenu canadien en ligne. Parmi eux figurent Tyrone Benskin, vice-président national d'ACTRA<sup>105</sup>, et Richard Paradis, président du Groupe CIC (Communication, Information, Culture)<sup>106</sup>. De plus, Marc Séguin, premier vice-président de la Politique à l'Association canadienne de production de films et de télévision, a affirmé qu'une stratégie

YouTube est effectivement un moyen bon marché de distribuer un contenu directement aux consommateurs sans passer par l'intermédiaire du radiodiffuseur, et les membres de notre association s'intéressent de plus en plus à ce moyen d'entrer directement en contact avec l'auditoire. Cela dit, un contenu amateur ne saurait se substituer aux productions assurées par des professionnels. Les Canadiens méritent mieux que cela. Or, sans l'aide du gouvernement, les Canadiens seront cantonnés dans cette énorme quantité de contenus produits par des professionnels américains et diffusés en ligne<sup>104</sup>.

Toutefois, Kelly Lynne Ashton, directrice de Recherche, Industrie et Politique à la Writers Guild of Canada, a contesté l'interprétation que fait Google du contenu canadien :

« Pour ce qui est de promouvoir le contenu canadien, reconnaissons qu'il y a une quantité sans précédent de contenu canadien en ligne<sup>102</sup> ». M. Glick de Google Inc. a aussi parlé de la vaste quantité de contenu canadien sur des sites de mise en commun de vidéos comme YouTube<sup>103</sup>.

Etant donné le manque de réglementation régissant la diffusion dans les médias numériques et émergents, certains témoins se sont interrogés sur l'avenir du contenu canadien. Comme nous l'avons vu, nombre de témoins, dont ceux de l'ONF, de Corus Entertainment Inc. et de Score Media Inc., ont décrit comment ils ont réussi à rendre le contenu canadien accessible au monde. Ainsi, selon M. Geist de l'Université d'Ottawa :

### 3.8 Contenu canadien

Je vais vous parler tout de suite de l'une de nos grandes réussites au Canada rapidement une plateforme numérique. On s'est entendu sur l'idée d'une plateforme collective et on a essayé de développer très rapidement une offre numérique francophone pour tout le Canada par l'entremise d'un agrégateur. Il était prévu que celui-ci soit au Québec, qu'il soit soumis aux lois canadiennes et qu'il comporte un modèle d'affaires. Tout le monde nous parle de *new business model*. Or, c'est ce que nous avons développé. Il s'agit d'un modèle d'agence qui permet aux éditeurs de conserver la qualité des œuvres, l'intégrité, le respect des contrats qu'ils ont conclus avec leurs auteurs et des prix de vente à la mesure de la valeur des œuvres<sup>101</sup>.



Le financement gouvernemental, s'il est abondant, semble hors d'atteinte, ce qui est frustrant. Par exemple, après avoir examiné au moins 70 programmes différents de subventions, The Mark a constaté qu'il est admissible à très peu d'entre eux<sup>94</sup>.

M. Anders a ensuite ajouté que des entreprises comme la sienne ont besoin de soutien pendant qu'elles mettent au point le modèle d'affaires qui convient :

Nous avons besoin de soutien opérationnel, c'est-à-dire de fonds qui nous permettront de continuer à expérimenter pour trouver le bon modèle économique. Nous avons besoin de fonds pour assurer le succès du numérique, pas d'encouragement à créer un journal. Nous n'avons pas besoin de protection, mais d'encouragement et de propulsion<sup>95</sup>.

Plusieurs témoins ont signalé combien il est difficile d'obtenir du financement, notamment l'Association canadienne du logiciel de divertissement<sup>96</sup> et l'Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec<sup>97</sup>.

Ainsi que souligné précédemment, de nombreux témoins ont déclaré qu'un des éléments qui entrent en ligne de compte dans la création de modèles d'affaires fructueux est la rémunération des créateurs pour leur travail. Certains témoins nourrissaient de l'espoir à cet égard. M. Doerksen, de Mobovivo Inc., a déclaré que « Les consommateurs sont en train de changer, ils manifestent une certaine volonté à payer pour du contenu<sup>98</sup>. » M. Engelhart de Rogers Communication Inc. a abondé dans le même sens, disant que : « Nous pensons que même si une grande partie de la diffusion se fait sur demande et au moyen d'Internet, le modèle opérationnel restera celui de l'abonnement mensuel. C'est le modèle logique<sup>99</sup>. »

D'autres témoins ont décrit les mesures qu'ils prennent pour élaborer des nouveaux modèles d'affaires. Ainsi, M<sup>me</sup> Gilliland de Universal Music Canada a parlé de ce que fait sa compagnie : les contrats de licence, son utilisation des médias sociaux dans le cadre de ses activités de marketing et de promotion et sa diversification dans des domaines comme des sites Web d'artistes et des clubs d'admirateurs, des produits musicaux à valeur ajoutée et des billets de concert<sup>100</sup>.

M<sup>me</sup> Côté de l'Association nationale des éditeurs de livres a donné un exemple du genre de réaction rapide parfois nécessaire pour élaborer des nouveaux modèles d'affaires. Ainsi, face à la montée des livres électroniques offerts par les entreprises étrangères et les faibles prix pratiqués par ces dernières, les éditeurs de langue française ont mis au point leur propre système :

94 *Témoignages*, Comité, réunion n° 7, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 15 avril 2010, 1130.

95 *Ibid.*

96 *Témoignages*, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1235.

97 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1210.

98 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1220.

99 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1125.

100 *Témoignages*, Comité, réunion n° 9, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 22 avril 2010, 1155.

M. Jenkins, d'Open Text Corporation, a aussi commenté les changements qui ont une incidence sur les modèles d'affaires :

[...] il existe dorénavant une opposition entre les modèles d'entreprise traditionnels et les nouveaux modèles. Je fais notamment allusion au modèle dit de la longue traîne pour la distribution de certains produits, notamment les produits culturels. Il y a donc ces nouveaux modèles d'entreprise qui s'opposent de manière assez brutale aux modèles appliqués jusqu'ici.<sup>88</sup>

Sylvie Courtemanche, vice-présidente des Relations gouvernementales chez Corus Entertainment Inc., a reconnu la difficulté que présente l'élaboration d'un nouveau modèle d'affaire lorsqu'elle a déclaré que : « Aujourd'hui, on n'a aucune idée du plan d'affaires, personne ne le connaît, mais on sait qu'on doit prendre des risques et s'essayer<sup>89</sup> ». Son collègue, M. Maavara, a rajouté que : « Nous devons pouvoir expérimenter, innover et réagir promptement pour saisir les nouvelles occasions. C'est notre seul moyen de découvrir ce que les consommateurs aiment et n'aiment pas<sup>90</sup>. » Ils ont également affirmé que Corus Entertainment doit faire concurrence à l'échelle internationale et que les marchés étrangers sont cruciaux<sup>91</sup>. Pour accroître la possibilité de succès sur ces marchés toutefois, M<sup>me</sup> Courtemanche a affirmé que le gouvernement devrait encourager « la création d'entreprises plus grandes et plus fortes<sup>92</sup> ».

Le Comité a également entendu que les médias numériques et émergents font qu'il est possible pour de petites entreprises de réussir sur la scène internationale. M. Levy de Score Media Inc., a signalé que : « Dans cet univers de nouveaux médias, le développement organique et fulgurant d'Internet a créé un environnement où, avec un peu de créativité, des petites entreprises telles que Score Media peuvent créer une entreprise mondiale<sup>93</sup>. »

Lors de sa comparution devant le Comité, Jeff Anders, président-directeur général et cofondateur de The Mark News, a expliqué qu'il met à l'essai des nouveaux modèles d'affaires afin de créer un service de presse innovateur. Il a décrit certaines des difficultés qu'il a vécues :

En qualité de représentant d'une communauté dynamique de nouvelles entreprises commerciales, je peux vous dire que la vie est dure sur le terrain. Il est très difficile de financer les nouvelles entreprises, surtout dans le monde des médias et de la formation. L'offre de capital-risque est à son niveau le plus bas depuis plus d'une décennie.

88	<i>Ibid.</i> , 1105.
89	Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1240.
90	<i>Ibid.</i> , 1225.
91	<i>Ibid.</i> , 1215.
92	<i>Ibid.</i> , 1220.
93	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1125.

Les radiodiffuseurs exigent des producteurs, sans augmentation de leur redevance, la reconnaissance de droits plus larges. Si, par exemple, un radiodiffuseur exploite une émission de télévision en permettant le téléchargement à partir de la plate-forme iTunes, la plupart du temps, c'est lui qui conserve le revenu qui en découle, aucune part de ce revenu n'allant au producteur. Nous estimons qu'un accord devrait intervenir entre les radiodiffuseurs et les producteurs au niveau des termes de l'échange, car faute d'un tel accord, le radiodiffuseur est le seul à percevoir les revenus provenant des nouvelles utilisations. Nous voulons nous assurer, en collaboration avec les producteurs indépendants, qu'une partie de ces revenus va effectivement aller aux créateurs<sup>83</sup>.

La question a également été soulevée par M. Bishop de marblmedia Inc.<sup>84</sup> et par M. Barrack de l'Association canadienne de production de films et de télévision qui a déclaré :

Je pense qu'il est important pour les entreprises et les diffuseurs d'être en mesure d'acquiescer des droits, parce que je pense qu'il est important de travailler en partenariat avec ces diffuseurs afin d'exploiter le mieux possible le contenu canadien dans une multitude de plates-formes. C'est ce que nous voulons. Nous voulons conclure ces ententes, mais elles doivent être équilibrées et justes et elles doivent assurer la conservation d'un secteur de production véritablement indépendant<sup>85</sup>.

Une question connexe est celle des droits non utilisés, c'est-à-dire les droits qu'un diffuseur achète, mais n'utilise pas. Dans une telle situation, selon Trevor Doerksen, directeur général chez MoboVivo Inc. :

Les droits au contenu ne sont pas pleinement exploités pour les monétiser en entier. Cela a, bien sûr, une incidence sur notre entreprise. Cela a une incidence sur les consommateurs canadiens, mais ce que cela alimente surtout, c'est la consommation illégale. Si vous ne pouvez pas obtenir ce que vous voulez d'une source légale et que vous souhaitez consommer le produit sur votre téléphone ou votre ordinateur, il existe une source illégale toute faite de ce contenu, et qui est relativement facile à utiliser et laisse de l'argent sur la table<sup>86</sup>.

### 3.7 Modèles d'affaires

De nombreux témoins ont parlé du défi que présente l'élaboration de modèles d'affaires fructueux pour les médias numériques et émergents. M. Pineau, de la Conférence canadienne des arts, a exprimé les vues de nombreux témoins lorsqu'il a affirmé que : « L'arrivée des technologies numériques a changé la façon dont les artistes produisent et la relation des institutions avec leurs publics. L'interactivité bouleverse les modèles d'affaires et modifie les modes de consommation des produits culturels<sup>87</sup>. »

83	<i>Ibid.</i> , 1125.
84	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1115.
85	Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1200.
86	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1220.
87	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1202.

Quelle est mon opinion sur la procédure d'avis et avis? Je suppose qu'elle pourrait être un outil didactique hors pair. Est-elle la solution au problème? Fonctionne-t-elle? Les faits ont montré qu'elle est simplement sans effet<sup>79</sup>.

La question de la responsabilité des FSI est abordée dans deux traités conclus en 1996 à l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) — aussi connus sous le nom de « traités de l'OMPI » — que le Canada n'a pas encore ratifiés. Un certain nombre de témoins sont d'avis que le Canada devrait mettre en œuvre ces traités. C'est le cas de M. Geist de l'Université d'Ottawa, de Google Inc., de la Writers Guild of Canada, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement et Rogers Communications Inc.

### 3.6 Rémunération des créateurs

Comme nous avons pu le voir lors des témoignages sur les droits d'auteur, la rémunération des créateurs est un enjeu important pour de nombreux témoins. La reproduction et la diffusion non autorisées de documents protégés par droit d'auteur, aussi appelé piratage, ont constitué les principaux sujets de préoccupation.

Selon M. Geist, les créateurs peuvent être rémunérés par le marché, payés parfois selon les modes habituels, tandis qu'à d'autres moments, ils cèdent leur propriété intellectuelle et seront payés d'autres façons. Il a ajouté qu'en cas d'échec sur le marché, une licence collective peut être octroyée<sup>80</sup>.

Toutefois, selon M. Rollans de Lone Pine Publishing, les éditeurs seront plus portés à participer aux médias numériques et émergents si la propriété intellectuelle est protégée et s'ils peuvent s'attendre à une certaine rémunération. Il a déclaré que :

[...] je crois que les éditeurs participeront avec plus de confiance aux activités numériques s'ils sont protégés adéquatement. Ils doivent pouvoir s'attendre à une rémunération raisonnable, à une plus grande accessibilité à leur œuvre en raison de sa forme numérique et, en quelque sorte, à l'amélioration de leurs possibilités d'affaires. Les affaires d'un éditeur touchent ses écrivains, ses concepteurs, ses réviseurs et ses vendeurs, ainsi que les détaillants. Les retombées sont considérables, et il est important de protéger ces personnes, à mon avis<sup>81</sup>.

Plusieurs témoins ont soulevé la question des conditions de commerce, soit les accords qui interviennent entre les producteurs indépendants et les diffuseurs. M<sup>me</sup> Parker, de la Writers Guild of Canada, a affirmé qu'une stratégie nationale sur le numérique doit appuyer des conditions de commerce qui permettront « aux créateurs de toucher une part équitable des revenus découlant de leur création<sup>82</sup> ». Elle a expliqué que :

79	<i>Ibid.</i> , 1230.
80	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1140.
81	Témoignages, Comité, réunion n° 8, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 20 avril 2010, 1130.
82	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1120.



- Alors, nous pensons que c'est un type de mesure très utile. Nous le faisons actuellement, à grands frais. Ce n'est pas parfait, évidemment, mais nous pensons qu'il faudrait épuiser la gamme de mécanismes de ce genre avant d'adopter toute autre mesure plus radicale<sup>75</sup>.
- M. Engelhart a aussi évoqué l'Accord commercial relatif à la contrefaçon (ACRC) que le gouvernement du Canada est en voie de négocier avec ses partenaires internationaux, notamment l'Australie, les membres de l'Union européenne, le Japon, la Nouvelle-Zélande et les États-Unis. Selon le gouvernement du Canada, l'ACRC « aurait pour objectif d'établir des normes internationales pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle, afin de permettre une lutte plus efficace contre le problème croissant que pose la contrefaçon et le piratage<sup>76</sup> ». En réponse aux questions, M. Engelhart a dit ceci :
- Comme bien d'autres fournisseurs d'accès Internet, les négociations de l'ACRC nous préoccupent. Cet accord est censé porter sur la contrefaçon, mais il semble aller bien au-delà pour s'attaquer aux fournisseurs d'accès Internet et aux activités de téléchargement de nos clients.
- Nous ne pensons pas qu'il soit pertinent de demander à ces fournisseurs de décider ce qui est légal et ce qui ne l'est pas. L'idée de devoir résilier le contrat de service en vertu d'une règle des trois fautes nous fait horreur. Nous ne voulons absolument pas faire ce genre de choses. Je compatis beaucoup avec les détenteurs de droits d'auteur qui estiment que leur contenu est volé. C'est un problème énorme. Par contre, je ne voudrais pas que, pour les défendre, on force les fournisseurs d'accès Internet à débrancher leurs clients ou à contribuer à leur inculpation<sup>77</sup>.
- En revanche, M. Henderson de l'Association de l'industrie canadienne d'enregistrement dit qu'il préférerait s'en tenir à la règle des « trois fautes », qui, à ses yeux, est une façon péjorative de désigner ce qui est, en fait, une « réponse progressive<sup>78</sup> ». Il a en outre exprimé des doutes au sujet de l'efficacité de la méthode d'« avis et avis ».
- On l'applique [la méthode d'« avis et avis »] en cas de téléchargement illécite. [...] Nous envoyons un avis au fournisseur d'accès Internet qui, à son tour, envoie un avis à l'auteur du téléchargement. C'est tout. Les choses ne vont pas plus loin.
- Certains pays, comme la France, se demandent si on ne devrait pas sanctionner le refus d'accepter un avis ou le fait de ne pas avoir modifié son comportement.

- 75 Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1140.
- 76 Affaires étrangères et Commerce international Canada, « Accord commercial relatif à la contrefaçon », consulté le 8 juin 2010, [http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/fo/intellect\\_property.aspx?lang=fra](http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/fo/intellect_property.aspx?lang=fra).
- 77 Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1135.
- 78 Témoignages, Comité, réunion n° 9, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 22 avril 2010, 1250.



a précisé sa pensée en ces termes : « [n]ous n'apuyons pas des redevances qui blanchissent une musique acquise par des moyens illégaux et ainsi légalisent les copies [...] ce qui aurait pour effet de détruire notre marché<sup>70</sup>. »

C'est aussi l'avis de Charlie Milliar, directeur du Digital Business Development chez Warner Music Canada, qui estime que les redevances ne servent pas l'objectif de l'industrie qui vise à décourager ceux qui se livrent au piratage de musique : « Lorsqu'il est possible, à partir de n'importe quel clavier, d'aller sur n'importe quel site à n'importe quel moment pour télécharger ce que vous voulez, une redevance sur les dispositifs de stockage rapporte tout au mieux quelques sous. [...], mais du point de vue des pirates, cela ne règle pas le problème sous-jacent de comportement<sup>71</sup>. »

M. Geist de l'Université d'Ottawa a pour sa part exprimé le point de vue suivant : « L'estime qu'une personne qui a acheté un CD devrait avoir le droit de transférer cette musique sur son iPod sans payer de redevance<sup>72</sup>. »

### 3.5.5 Responsabilité du fournisseur de services Internet

L'autre question soulevée par les témoins à propos du droit d'auteur a trait à la responsabilité des fournisseurs de services Internet (FSI) lorsqu'il y a atteinte au droit d'auteur. M. Geist a expliqué la méthode actuelle d'« avis et avis », qui est utilisée lorsque quelqu'un enfreint le droit d'auteur. « Il s'agit, pour le détenteur du droit d'auteur, d'envoyer une notification au fournisseur d'accès Internet qui a alors l'obligation de transmettre cette notification à l'abonné. Ces notifications sont efficaces<sup>73</sup>. » Il a ensuite évoqué d'autres approches utilisées pour traiter les cas de violation du droit d'auteur :

À mon avis, [le régime d'« avis et retrait »] en vigueur dans d'autres pays s'est révélé très problématique. Et pire encore, le modèle que certains pays ont commencé à expérimenter et qui consiste à exclure littéralement les gens d'Internet après trois infractions me paraît totalement disproportionné<sup>74</sup>.

Kenneth Engelhart, vice-président principal à la Réglementation chez Rogers Communications Inc., souscrit lui aussi à la méthode d'« avis et avis » et s'il en juge par l'expérience de son entreprise :

[c]ette mesure a permis de mettre un terme à bien des téléchargements illégitimes. Les clients en sont désormais conscients. Ce peut être l'œuvre d'un adolescent, et papa ou maman a reçu le message et lui a dit d'arrêter.

70	<i>ibid.</i> , 1235.
71	<i>ibid.</i> , 1240.
72	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 3, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1155.
73	<i>ibid.</i> , 1115.
74	<i>ibid.</i> , 1130.

En revanche, Graham Henderson, président de l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement, s'oppose à l'idée d'une redevance parce que, selon lui, « notre but est d'établir [...] un marché florissant de la musique numérique au Canada, qui permettra à tous les joueurs d'être justement rémunérés. Nous croyons qu'aucun système de redevances ne pourra jamais remplacer un tel marché<sup>69</sup> ». En réponse aux questions, il [c]e moyen est économique. Il répartit les fonds aux producteurs et aux créateurs. C'est très efficace. De plus, il permet le changement de support, ce qui signifie que les consommateurs peuvent utiliser le contenu sur de multiples plateformes. Dans ce nouvel environnement numérique, ce moyen offre tout ce qu'une personne pourrait vouloir dans un système<sup>68</sup>.

questions, il a invoqué d'autres arguments, à savoir que :

gouvernement prend de l'argent dans les poches des artistes<sup>67</sup> ». En réponse aux questions, il a invoqué d'autres arguments, à savoir que :

Plusieurs témoins ont parlé d'étendre l'application de la redevance pour la copie privée, actuellement perçue sur les cassettes audio vierges et les disques compacts enregistrables vierges, aux baladeurs numériques MP3. C'est l'idée défendue par la Writers Guild of Canada et par l'ACTRA, qui y voient une façon d'indemniser les créateurs. Stephen Vaddell, directeur général national, a fait valoir que « [...] ce n'est pas un nouveau droit. Il s'agit simplement de mettre à jour quelque chose qui existe déjà. Si le gouvernement n'étend pas la perception des redevances pour la copie privée, alors, le gouvernement prend de l'argent dans les poches des artistes<sup>67</sup> ». En réponse aux questions, il a invoqué d'autres arguments, à savoir que :

### 3.5.4 Redevance sur la copie pour usage privé

Sur la question de la création d'une exemption applicable aux utilisations à des fins expressément pédagogiques, M. Rollans de Lone Pine Publishing a déclaré qu'« une exception concernant le milieu de l'enseignement casserait sans aucun doute les prix du secteur de l'édition scolaire<sup>65</sup> ». M<sup>me</sup> Côté de l'Association nationale des éditeurs de livres, a elle aussi abondé dans le même sens, lorsqu'elle a dit : « nous avons la conviction qu'il s'agirait d'un élargissement indu et que ce dernier donnerait lieu à toutes les formes possibles de circulation. Nous sommes persuadés que ça affaiblirait sérieusement la production canadienne-française, précisément<sup>66</sup> ».

Nous n'avons pas les ressources financières et humaines nécessaires pour prouver, au cas par cas, que tel organisme a erré ou mal interprété l'utilisation équitable<sup>64</sup>.

Nous sommes persuadés qu'élargir l'utilisation équitable, en plus de provoquer une confusion certaine chez les utilisateurs déjà perplexes face aux actuelles exceptions, serait dramatique — excusez le jeu de mots — pour les auteurs et pour notre petit organisme voué à la défense de leurs droits.

64	<i>Ibid.</i> , 1140.
65	<i>Ibid.</i> , 1135.
66	Témoignages, Comité, réunion n° 7, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 15 avril 2010, 1145.
67	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1150.
68	<i>Ibid.</i> , 1215.
69	Témoignages, Comité, réunion n° 9, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 22 avril 2010, 1230.

D'un côté, certains témoins, comme M. Geist de l'Université d'Ottawa, M. Glick de Google Inc. et M. Gaylor de EyeSteelFilm Inc., ont plaidé en faveur d'un élargissement de la liste des activités considérées comme étant une utilisation équitable. M. Geist a expliqué sa position de la façon suivante :

Nous reconnaissons tous, actuellement, que cela pose un problème. Des activités courantes comme l'enregistrement d'émissions de télévision ou le changement de support ne sont pas couvertes. Cela n'inclut pas certaines activités artistiques comme la parodie. Certaines utilisations didactiques ne sont pas couvertes et les entreprises novatrices ne peuvent pas non plus compter sur une exemption. Cela touche au cœur de la création de nouveaux médias.

La solution que je proposerais et que je crois simple et directe, consiste à ajouter les mots « telles que » afin que la liste des utilisations équitables soit donnée à titre d'exemple au lieu d'être limitative, ce qui l'assouplirait sans compromettre l'équité, ce qui est crucial<sup>62</sup>.

Plusieurs témoins rejettent toutefois cette idée. À leurs yeux, la création d'une liste indicative créerait de l'ambiguïté et engagerait les créateurs dans d'interminables litiges. Voici comment Roanie Levy, avocate générale et directrice de la Politique des affaires extérieures chez Access Copyright, a justifié les préoccupations entretenues au sujet d'un possible élargissement de l'utilisation équitable au-delà des cinq activités mentionnées ci-haut :

L'ajout des mots « telles que » à la liste actuelle sur l'utilisation équitable transformerait cette liste exhaustive de cinq fins en liste indicative. Il s'agirait d'un changement considérable des dispositions canadiennes actuelles en matière d'utilisation équitable. Ce changement ne serait ni simple ni cumulatif, comme l'allèguent certains défenseurs d'une ouverture à cet égard.

Laissez-moi vous expliquer pourquoi. L'ajout des mots « telles que » crée une situation où tout le monde est perdant puisque tout devient incertain et matière à litiges coûteux. Effectivement, l'élargissement de la notion d'utilisation équitable [...] donne aux tribunaux le pouvoir de trancher une question qui devrait être déterminée par le Parlement<sup>63</sup>.

Plusieurs autres témoins ont fait écho à ses préoccupations, notamment la Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction, l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), la Société québécoise des auteurs dramatiques et la Writers Guild of Canada. Par exemple, Marie-Louise Nadeau, directrice et auteure dramatique membre de la Société québécoise des auteurs dramatiques, a déclaré ce qui suit :

---

62 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1115.

63 *Témoignages*, Comité, réunion n° 8, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 20 avril 2010, 1115.

[s]i le Canada veut se démarquer en tant que chef de file dans l'économie numérique, je crois qu'il doit payer la voie à la protection des droits d'auteur pour les producteurs de ressources originales. Cela comprend les écrivains, les artistes visuels et les éditeurs, qui sont les créateurs de ces ressources. Si les producteurs ont des droits d'auteur et peuvent se fier aux règles du marché, je crois qu'ils deviendront des participants très enthousiastes<sup>58</sup>.

En ce qui concerne les moyens techniques pour protéger le contenu, M. Kee de l'Association canadienne du logiciel de divertissement a expliqué l'utilisation que font les fabricants de logiciels de mesures de protection technologiques ou serrures numériques. Il a indiqué qu'en plus d'offrir une protection contre le piratage, ces mesures servent à différencier les produits. Il a résumé la situation en ces termes :

[Les mesures de protection technologiques sont] des pierres angulaires de notre industrie. Elles ont beaucoup contribué à notre succès car elle nous permet d'élargir la gamme de nos produits. Si vous souhaitez obtenir la version d'essai d'un jeu ou si vous souhaitez louer un jeu pour quelque temps seulement, ou l'acheter après coup, ces mécanismes vous permettent de choisir<sup>59</sup>.

Brigitte Doucet, directrice générale adjointe de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, a elle aussi abordé la question des mesures de protection technologiques ainsi que celles des sites Web qui permettent l'échange illégal de fichiers. Voici ce qu'elle a dit à ce propos :

[...] On proposait de s'assurer qu'il y aurait une déclaration claire [dans la Loi sur le droit d'auteur] selon laquelle ces fournisseurs d'outils de repérage de contenu agissent illégalement et que, pour ceux qui choisissent de protéger leur contenu, la façon de contourner le contenu soit rendue illégale<sup>60</sup>.

### 3.5.3 Utilisation équitable

Plusieurs témoins ont soulevé la question de l'utilisation équitable. Qu'est-ce que l'utilisation équitable? Voici ce que dit à ce sujet le site Web du gouvernement du Canada sur la réforme du droit d'auteur :

L'utilisation équitable est une disposition de longue date de la Loi sur le droit d'auteur qui permet l'utilisation d'œuvres protégées d'une manière qui apporte des avantages à la société sans porter indûment atteinte aux titulaires du droit d'auteur. À l'heure actuelle, l'utilisation équitable des œuvres protégées est limitée aux cinq activités suivantes : la recherche, l'étude personnelle, la publication de reportages, la critique et l'examen<sup>61</sup>.

*Témoignages, Comité, réunion n° 8, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 20 avril 2010, 1130.*

*Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1255.*

*Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1225.*

Gouvernement du Canada, « La modernisation du droit d'auteur : Questions et réponses », [http://strategis.ic.gc.ca/eic/site/crp-prda.nsf/fr/h\\_rp01153.html](http://strategis.ic.gc.ca/eic/site/crp-prda.nsf/fr/h_rp01153.html), consulté le 8 juin 2010.



[...] notre régime de droits d'auteur est foncièrement brisé. Il n'a aucun sens pour ceux d'entre nous qui sommes nés dans le monde du numérique. Dans le cadre juridique actuel, toute une génération de gens qui vivent la culture d'une manière qui leur semble aussi naturelle qu'ouvrir un robinet a le sentiment de commettre chaque fois un acte criminel. En outre, ce cadre criminalise et, dans certains cas, lorsque cela est associé aux technologies de gestion des droits numériques, empêche la réutilisation créative et l'expression de la culture<sup>54</sup>.

D'autre part, il y a ceux qui, comme Loreena McKennitt, présidente de Quinlan Road Limited, réproouvent l'approche privilégiant les « droits de l'utilisateur » :

À mon avis, il faut être extrêmement prudent avec ce genre de langage, car dans les faits, il ne s'agit pas de droits d'usage, mais de permissions. Quand on aura établi clairement qu'il n'existe pas de droits d'usage, ou que les consommateurs ne sont pas propriétaires de la musique achetée sur CD ou par téléchargement numérique, on pourra arrêter de s'inquiéter de la meilleure façon de retrouver l'équilibre entre les différents droits. Les permissions d'usage et les conditions d'utilisation à des fins personnelles permettent au public de faire à peu près tout ce qu'il veut avec les produits qu'il achète<sup>55</sup>.

Plusieurs autres témoins demandent quant à eux à ce que les œuvres de création soient clairement protégées. C'est le cas, par exemple, de Graham Henderson, président de l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement :

D'après moi, la prémisses est très simple. Nous devons délimiter les comportements licites et illicites, bien les distinguer et bien expliquer aux Canadiens ce qui est bien et ce qui est mal<sup>56</sup>.

En fait, selon Darlene Gilliland, directrice du Digital Business Development chez Universal Music Canada, à cause du piratage, le marché numérique au Canada platonne bien en dessous de son potentiel et cela est attribuable « en grande partie à l'absence d'un régime solide de droits d'auteur et de protection des œuvres des créateurs dans notre pays, et cette lacune est évidente lorsqu'on compare le Canada avec d'autres pays. Il y a longtemps que ces derniers ont mis en place des mesures de protection<sup>57</sup> ». M. Rollins de Lone Pine Publishing a lui aussi abondé dans le même sens lorsqu'il a affirmé que son entreprise avait entre 300 et 400 ouvrages sous forme numérique, mais qu'elle ne les diffusait pas parce que les règles du marché manquent de clarté. Il a ensuite ajouté que :

- 54 *Témoignages*, Comité, réunion n° 7, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 15 avril 2010, 1135.
- 55 *Témoignages*, Comité, réunion n° 9, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 22 avril 2010, 1210.
- 56 *Ibid.*, 1220.
- 57 *Ibid.*, 1200.



Pour affronter la concurrence dans un marché ouvert, les artistes et les administrateurs artistiques doivent dès maintenant acquérir de nouvelles connaissances. Ceux qui savent manier les moyens de commercialisation numériques, et les médias sociaux auront plusieurs longueurs d'avance lorsqu'il s'agit de promouvoir, de présenter et de professionnaliser leur pratique artistique. Il va donc falloir accorder davantage d'importance à la formation des jeunes artistes et des jeunes créateurs, afin de leur inculquer, non seulement les nécessaires connaissances numériques, mais également les éléments de base de l'entrepreneuriat.

Une économie de la connaissance est une économie qui ne manquera jamais de matière première. Etant donné les départs à la retraite, il nous faut dès maintenant investir dans des programmes de transfert des connaissances, des programmes de mentorat et d'apprentissage dans les industries culturelles et dans les arts<sup>53</sup>.

## 3.5 Droit d'auteur

### 3.5.1 Introduction

La réforme du droit d'auteur est une question qui, aux yeux de bien des témoins, doit être prise en considération dans le contexte de l'essor des médias numériques et émergents. Il y a lieu de noter que les audiences du Comité se sont tenues durant la période qui a précédé le dépôt, le 2 juin 2010, d'un projet de loi visant à modifier la *Loi sur le droit d'auteur*.

Les témoins ont exprimé de multiples inquiétudes au sujet du droit d'auteur. Certains ont insisté sur la nécessité de réagir au piratage et de protéger l'œuvre des créateurs. D'autres ont réclamé un assouplissement des restrictions applicables à l'utilisation des documents protégés par le droit d'auteur afin d'encourager l'innovation. Plusieurs témoins ont parlé de la nécessité de pouvoir se reporter à des règles claires pour élaborer leurs modèles d'affaires. Les rubriques suivantes traitent de quelques-unes des principales questions soulevées à propos du droit d'auteur.

### 3.5.2 Protection des œuvres de création

Le Comité a entendu différents points de vue au sujet de la protection des œuvres de création. D'une part, il y a ceux qui estiment que leurs œuvres de création devraient pouvoir être réutilisées. Ce point de vue, qui se fonde sur ce que nous appelons souvent les « droits de l'utilisateur », est celui exprimé par Brett Gaylor, documentariste d'EyeSteelFilm Inc., lorsqu'il dit :

Aux yeux de M. Gaffield du CRSH, par exemple, l'accès Internet à large bande « est devenu une question d'intégrité sociale, économique et culturelle », parce que « ceux qui ont accès aux nouveaux médias et qui ont la capacité de les utiliser sont très

avantages par rapport aux autres »<sup>49</sup>.

Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Kee, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit ceci :

[...] l'accès à prix raisonnable à une infrastructure à large bande, soit filaire soit sans fil, est essentiel au développement de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouvelles méthodes de distribution en ligne, l'évolution de ces divers éléments ayant à leur tour pour effet de stimuler le recours au haut débit qui est, lui aussi, un facteur de développement. L'accès à une infrastructure à large bande est essentiel aux jeux en ligne ainsi qu'à la distribution numérique de ces jeux et revêt pour la prospérité de l'industrie du logiciel de divertissement une importance essentielle<sup>50</sup>.

### 3.4 Formation

De la même façon, la formation et l'acquisition de compétences numériques sont, aux yeux de nombreux témoins, essentielles pour permettre au Canada de développer et d'utiliser les médias numériques et émergents. Deux aspects sont à prendre en considération à cet égard. D'une part, le Canada a besoin d'une main-d'œuvre qualifiée pour que son économie numérique se développe. D'autre part, la population doit être rompue à l'utilisation des technologies numériques pour pouvoir tirer parti des médias numériques et émergents.

En ce qui concerne la connaissance des technologies numériques, M. Jenkins de Open Text Corporation, a dit qu'il venait d'assister à la conférence Canada 3.0 à Stratford, en Ontario, et que même si les 2 000 participants avaient abordé de nombreux enjeux,

[l]a littératie numérique n'a, elle, fait l'objet d'aucun débat. Or, il est clair qu'il nous faut instaurer un programme de littératie numérique, comme il y a 100 ans nous avons dû faire un effort d'alphabétisation alors que la population quittait les campagnes pour s'installer<sup>51</sup> dans les villes où les gens devaient savoir lire pour occuper les nouveaux emplois.

Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Proulx de l'Alliance numérique - Réseau main-d'œuvre » et « doter les institutions d'enseignement supérieur d'infrastructures à la fine pointe de la technologie, encore une fois afin d'offrir une meilleure formation aux gens de l'industrie<sup>52</sup> ».

Du côté des artistes, M. Pineau de la CCA a tenu les propos suivants :

49	Témoignages, Comité, réunion n° 32, 40 <sup>e</sup> législature, 2 <sup>e</sup> session, 27 octobre 2009, 1215.
50	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1235.
51	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1105.
52	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1210.

[...] il sera nécessaire de remanier les institutions que nous utilisons pour le stockage et l'archivage des connaissances. À l'aube du XXII<sup>e</sup> siècle, la bibliothèque sera vraisemblablement un lieu très différent de celui que nous connaissons aujourd'hui : elle sera remplie d'objets virtuels et de livres à quatre dimensions qui communiquent entre eux<sup>44</sup>.

Lors de sa comparution devant le Comité, M. Caron de Bibliothèque et Archives Canada, a expliqué que : « [l]e patrimoine documentaire est la pierre angulaire de la littérature et même de la démocratie canadienne. En prenant soin de choisir, d'acquérir et de conserver les documents les plus importants et les plus pertinents, nous nous assurons qu'ils seront disponibles pour les Canadiens qui voudront les consulter à travers le temps<sup>45</sup>. » Il a aussi souligné que le contenu numérique pourra servir à de multiples applications et usages, dont certains sont encore inconnus<sup>46</sup>. Il a par ailleurs formulé l'observation suivante :

Réaliser notre mandat en cette nouvelle ère numérique présente des défis et des possibilités que nous n'avions jamais imaginés jusqu'ici. Comme vous le savez, la technologie de l'information est en constante évolution. Elle a fondamentalement changé la manière dont les Canadiens produisent et conservent leur information. De plus, les Canadiens veulent pouvoir y accéder n'importe où et en tout temps<sup>47</sup>.

À propos des défis qui se posent aux bibliothèques et aux archives, voici ce qu'il a dit :

Afin de tirer tous les fruits de la révolution technologique, nous devons trouver le moyen d'identifier et de préserver le contenu des médias sociaux comme Facebook et MySpace. Nous devons nous ouvrir et donner accès à nos collections numériques et numérisées aux industries culturelles canadiennes, aux généalogistes, aux historiens, aux juristes et au grand public. Ce faisant, nous offrirons un accès direct, d'un océan à l'autre, à des ressources publiques souvent inexploitées<sup>48</sup>.

### 3.3 Accès Internet à large bande

Beaucoup de témoins ont dit au Comité que l'accès Internet à large bande pour tous les Canadiens est essentiel à l'essor de l'industrie numérique. Au dire d'autres témoins, la capacité des Canadiens de participer à l'économie numérique en dépend.

44	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1230.
45	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1110.
46	<i>Ibid.</i> , 1115.
47	<i>Ibid.</i> , 1110.
48	<i>Ibid.</i> , 1115.

3.1 Introduction

Comme il est mentionné précédemment, le Comité a recueilli des témoignages sur la façon dont les médias numériques et émergents transforment l'univers médiatique et sur la façon dont les Canadiens tirent leur épine du jeu dans ce nouveau contexte. Le Comité a également pu se rendre compte des défis que posent les médias numériques et émergents aux entreprises et institutions culturelles dans un certain nombre de domaines.

3.2 Patrimoine numérique

Plusieurs témoins ont parlé des difficultés posées par la numérisation et la préservation de notre patrimoine documentaire. Lors de la première audience préliminaire du Comité sur les médias numériques et émergents, M. Gaffield du CRSH a insisté sur l'importance du contenu numérique canadien pour assurer l'avenir numérique du Canada. Pour former des citoyens et des dirigeants avisés, il faut instaurer une culture numérique avec « accès facile à un contenu canadien — historique, contemporain, économique, social et culturel », soutient M. Gaffield. C'est pourquoi « il faut rassembler, préserver et rendre accessibles aux entreprises, aux établissements d'éducation, aux administrations publiques et à la société en général les contenus canadiens »<sup>41</sup>.

M. Perlmutter de l'ONF a dit craindre que le contenu numérique canadien soit acheté par d'autres pays et a cité, à cet égard, l'exemple de Flickr qui a été acheté par Yahoo et dont le contenu a migré des serveurs canadiens vers les serveurs américains. Selon lui, « [i] nous faut réfléchir à la façon de veiller à ce que la vaste richesse de contenu existant générée par les secteurs public et privé, souvent avec des subventions publiques, puisse être numérisée et mise à la disposition des Canadiens »<sup>42</sup>. M. Perlmutter a toutefois pris soin de souligner que dans le cas de l'ONF, « avec les ressources dont nous disposons actuellement, avec nos fonds opérationnels, ça va nous prendre 20 ans, s'il n'y a pas de changements technologiques »<sup>43</sup>.

John Bonnett, professeur de l'Université Brock qui a fait une présentation au Comité sur l'utilisation d'un logiciel de visualisation en trois dimensions, a déclaré qu'en raison de ces transformations :

41 *Témoignages*, Comité, réunion n° 32, 40<sup>e</sup> législature, 2<sup>e</sup> session, 27 octobre 2009, 1130.  
42 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1135.  
43 *Ibid.*, 1155.





On a dit au Comité que, dans certains cas, le succès avait des conséquences imprévues. Ainsi, M. Geist de l'Université d'Ottawa a signalé que certains sites Web créés au Canada avaient été achetés par des sociétés américaines. Il a mentionné notamment Club Penguin, un site Web pour enfants qui a été acheté par Disney, et Flickr, un site de photographie en ligne qui a été acheté par Yahoo<sup>40</sup>.

plateformes. Score Media exploite une chaîne de télévision, Score Television Network, un service national spécialisé de sport, d'actualités et d'information, ainsi qu'Hardcore Sports Radio, une chaîne de radio parlée par satellite. En juin 2009, l'entreprise a lancé ScoreMobile, une application qui est devenue le numéro un mondial des applications sportives gratuites destinées au BlackBerry. Cette application et son pendant pour l'iPhone attirèrent plus de 1,3 million de visiteurs uniques par mois qui visionnent plus de 50 millions de pages<sup>34</sup>.

Le Comité a aussi entendu M. Maavara de Corus Entertainment Inc., qui lui a parlé de Nelvana, une entreprise de production d'émissions d'animation pour enfants appartenant à Corus qui fournit du contenu canadien à des chaînes à plateformes multiples comme KidsCo en Europe, en Asie et en Afrique et qubo.com aux États-Unis. L'entreprise a aussi une stratégie de téléchargement numérique directement aux consommateurs<sup>35</sup>. M. Maavara a dit aussi que « nous [au Canada] sommes vraiment vraiment bons dans ce domaine. Nous faisons partie des meilleurs conteurs d'histoires au monde. La seule contrainte que nous avons au Canada, c'est la taille de notre marché intérieur<sup>36</sup> ».

Quant à l'industrie du jeu vidéo, M. Kee, directeur de la politique et des affaires juridiques à l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit que le secteur canadien du jeu vidéo « génère environ 3,5 milliards de dollars en recettes annuelles et emploie de manière directe ou indirecte plus de 14 000 professionnels bien rémunérés dans toute une gamme de disciplines<sup>37</sup> ». M. Proulx de l'Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec a signalé que Montréal est un grand centre de production de jeux vidéo et compte pour la moitié de ces emplois.

Le Comité a entendu par ailleurs des professeurs d'université qui se servent des médias électroniques dans leurs travaux de recherche. M. Bonnett de l'Université Brock a décrit un projet de recherche permettant de créer des modèles à trois dimensions d'édifices patrimoniaux et a montré au Comité une représentation informatisée de la rue Sparks à Ottawa en 1878<sup>38</sup>. Steven High, titulaire de la chaire de recherche du Canada en histoire publique au département d'histoire de l'Université Concordia, a expliqué que la technologie numérique était en train de transformer l'histoire orale grâce à l'emploi de logiciels qui permettent de consulter et de classer les entrevues<sup>39</sup>.

---

34	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 15, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1115.
35	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 16, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1215.
36	<i>Ibid.</i> , 1230.
37	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 16, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1230.
38	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1230.
39	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 14, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1200.

Depuis le lancement de la salle de visionnement nationale de l'ONF au début de l'année dernière, nous avons enregistré plus de cinq millions de visionnements de films de l'ONF. En octobre, nous avons lancé notre application iPhone, qui s'est rapidement fait des adeptes. iTunes a dit de cette application qu'elle comptait parmi les 10 meilleures de l'année. En l'espace de moins de six mois, 700 000 films ont été visionnés sur iPhone. Nous sommes prêts à nous lancer sur le iPad lorsque celui-ci arrivera au Canada. ONF.ca a été la première plateforme en Amérique du Nord pour le visionnement d'œuvres en langue française réalisées par des créateurs francophones.<sup>29</sup>

La directrice générale de Téléfilm Canada, Carole Brabant, se réjouit d'initiatives comme *Éléphant : mémoire du cinéma québécois* de Quebecor et TOUTV de Radio-Canada. Selon elle, ces initiatives « mettent un trésor d'émissions et de films canadiens à la disposition des citoyens du Canada ».<sup>30</sup>

Pour sa part, le fondateur et coordonnateur national d'OpenMedia.ca, Steve Anderson, a mentionné d'autres réussites comme CBC Radio 3, les projets de vidéo numérique de CBC, *The Tyee*, un site indépendant de nouvelles en ligne et Rabbie.ca, une organisation indépendante de nouvelles en ligne multimédias.<sup>31</sup>

M<sup>me</sup> Parker de la Writers Guild of Canada, a signalé le succès que remporte une série originale diffusée sur le Web intitulée *My Pal Satan*.<sup>32</sup> Pour sa part, John Barrack, chef des opérations et directeur des affaires juridiques à l'Association canadienne de production de films et de télévision, a mentionné des émissions à plateformes multiples comme [regenesistv.com](http://regenesistv.com) de Xenophile Media et Shattlesbury Films, *Degrassi: The Next Generation* d'Epitome Pictures, et [thisisdanielcook.com](http://thisisdanielcook.com) de marblemédia.

Quand Mark Bishop, associé et producteur chez marblemédia Inc., a comparu devant le Comité, il a décrit la croissance de son entreprise, dont l'effectif est passé de deux à trente salariés à temps plein en neuf ans. Il a précisé que son entreprise génère de 15 à 20 millions de dollars de recettes de production annuellement et expliqué les raisons de son succès :

Dès le premier jour, l'entreprise s'est axée sur le contenu, sur la narration d'histoires qui amènent l'auditeur sur des plateformes multiples. Nous avons repoussé les limites de l'expérimentation avec les nouvelles plateformes depuis la création de l'entreprise : haute définition, télévision sur le Web, téléphone cellulaire, technologie convergente, transmédia et j'en passe. Nous avons tout fait.<sup>33</sup>

Une autre entreprise s'est bien adaptée à l'évolution des médias : Score Media Inc. M. Levy, le président-directeur général de l'entreprise, a parlé au Comité des efforts déployés par son entreprise pour atteindre son auditoire cible sur de nouvelles

29	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1135.
30	Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 6 mai 2010, 1225.
31	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1255.
32	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1120.
33	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1110.

la politique et des affaires juridiques à l'Association canadienne du logiciel de divertissement, nous a dit que ces concentrations d'entreprises créatives sont importantes pour le secteur du jeu parce qu'elles « ne sont pas seulement les lieux où se rassemblent les artistes, mais également les lieux [...] où les technologies numériques sont les plus présentes et que beaucoup d'établissements d'enseignement s'y trouvent aussi et produisent énormément de diplômés de fort calibre<sup>23</sup> ».

On a fait valoir au Comité que les médias numériques et émergents avaient profondément transformé l'univers médiatique, mais on lui a dit aussi que les médias traditionnels n'avaient pas disparu pour autant et qu'il y avait des chevauchements. M. Kee, par exemple, a signalé que la « seule différence entre un artiste traditionnel et un créateur de jeux [...] est qu'ils utilisent dorénavant des moyens d'expression numérique plutôt que les moyens plus traditionnels<sup>24</sup> ». En parlant de l'édition du livre, Glenn Rollans, associé dans la maison d'édition Lone Pine Publishing, entrevoyait « une transition assez longue, où l'équilibre entre les ressources numériques et le support papier se modifie, mais où les deux sont utilisés<sup>25</sup> ». À son avis, « à long terme, le support papier continuera sans doute d'être utilisé<sup>26</sup> ». Il a ajouté que dans le commerce de livres « les transactions numériques constituent vraiment une toute petite partie du marché en ce moment — de 1 à 5 %<sup>26</sup> ».

Mark Jamison, directeur général de Magazines Canada, abondait dans le même sens quand il a dit : « Un thème commun de discussion fait état du fait que les jeunes abandonnent les médias imprimés, mais rien n'est plus faux. En fait, les jeunes âgés de 18 à 24 ans constituent la plus grande frange du lectorat de magazines imprimés<sup>27</sup>. » Il a précisé cependant que l'industrie du magazine créait du contenu enrichi sur les sites Web parce que les consommateurs réclament du contenu canadien sur de nouveaux supports<sup>28</sup>.

## 2.2 Réussites

On a aussi beaucoup parlé au Comité de réussites d'entreprises canadiennes à l'ère du numérique et des nouveaux médias.

Par exemple, plusieurs témoins ont parlé de l'ONF, qui numérise ses films et les offre sur Internet. Quand il a comparu, le président de l'ONF, M. Perlmutter, a donné des précisions sur cette réussite :

23	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1250.
24	<i>Ibid.</i>
25	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 8, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 20 avril 2010, 1240.
26	<i>Ibid.</i>
27	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 16, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1130.
28	<i>Ibid.</i>



On observe parallèlement que les distinctions entre les divers intervenants s'estompent, comme l'a expliqué Aline Côté, présidente du Comité du droit d'auteur et éditrice, Association nationale des éditeurs de livres :

[La numérisation] a permis à de nouvelles entreprises devenues souvent multimilliaires grâce au contenu culturel, à des usagers de bonne foi, à des pirates et même à nos bibliothèques d'assumer des fonctions autrefois réservées à l'édition, soit la création de formats, la cession à des tiers et d'usurper aussi une partie des fonctions qui étaient traditionnellement données à la librairie ou aux bibliothèques<sup>16</sup>.

La convergence a d'autres effets, comme l'a signalé Pierre Proulx, directeur général d'Alliance numérique-Réseau de l'industrie numérique du Québec, qui nous a dit que, « dans un contexte de convergence numérique, il n'y a plus de frontières et que le marché est désormais hautement concurrentiel et très mondial<sup>17</sup> ». Pour Gary Maavara, vice-président et avocat général de Corus Entertainment Inc., la mondialisation ouvre toutes sortes de possibilités. M. Maavara nous a dit que les productions de sa société « sont aujourd'hui disponibles dans plus de 160 pays dans le monde entier, dans plus de 40 langues différentes<sup>18</sup> ».

En ce qui concerne l'interaction des créateurs et des consommateurs, la directrice de la Writers Guild of Canada, Maureen Parker, a dit que les médias numériques permettent aux créateurs d'atteindre leur auditoire directement et de réduire leurs coûts de production, si bien que les scénaristes, par exemple, peuvent devenir des producteurs de contenu numérique<sup>19</sup>. Pour sa part, le président-directeur général de Score Media Inc, John Levy, estime que le changement le plus fondamental tient à ce que les personnes peuvent maintenant communiquer entre elles et partager du contenu instantanément<sup>20</sup>. Le directeur national de la Conférence canadienne des arts (CCA), Alain Pineau, nous a dit que le numérique « a changé la façon dont les artistes produisent et la relation des institutions avec leurs publics. L'interactivité bouleverse les modèles d'affaires et modifie les modes de consommation des produits culturels<sup>21</sup>. »

Les médias numériques et émergents ont aussi eu pour effet de susciter, dans les industries concernées, des grappes d'entreprises de création. David Wolfe, professeur de sciences politiques et codirecteur du programme d'étude de la mondialisation et des systèmes d'innovation régionaux à l'Université de Toronto, nous a dit que l'on retrouve ce type de concentration « habituellement dans les endroits où il y a une concentration préexistante d'entreprises connexes. Ce sont des industries créatives, comme la production cinématographique, la télévision et la télédiffusion<sup>22</sup> ». Jason Kee, directeur de

16	Témoignages. Comité, réunion n° 7, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 15 avril 2010, 1110.
17	Témoignages. Comité, réunion n° 14, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 11 mai 2010, 1210.
18	Témoignages. Comité, réunion n° 16, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 25 mai 2010, 1215.
19	Témoignages. Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1110.
20	Témoignages. Comité, réunion n° 15, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1115.
21	Ibid., 1205.
22	Témoignages. Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1140.



M. Glick de Google Inc. a soulevé la même question<sup>9</sup>, tandis que Daniel J. Caron, bibliothécaire et archiviste à Bibliothèques Canada, a dit que « l'abondance de l'information affecte la capacité de toutes les sociétés à édifier, préserver et rendre accessible leur patrimoine documentaire<sup>10</sup> ». À titre d'exemple, Tom Jenkins, président exécutif et administrateur en chef de la stratégie chez Open Text Corporation, a fait remarquer que « le contenu numérique double tous les 30 jours — j'entends par cela le contenu numérique du monde entier. C'est dire qu'à l'été, tout, depuis les débuts de la civilisation, aura doublé<sup>11</sup> ».

La question de la convergence a été soulevée par plusieurs témoins. M. Glick a insisté sur deux points : « premièrement, tout converge désormais sur Internet public; et deuxièmement, en corollaire, cette convergence est bonne pour l'innovation, la variété des choix offerts aux consommateurs et la concurrence<sup>12</sup> ». Il a ajouté que la télévision, le téléphone cellulaire, le téléphone fixe et la cablodistribution, ainsi que toutes sortes de contenus, convergent sur Internet<sup>13</sup>.

Pour John Bonnett, professeur adjoint au département d'histoire de l'Université Brock et titulaire de la chaire de recherche du Canada en sciences humaines numériques, la convergence signifie que divers logiciels peuvent être combinés et utilisés de manière innovatrice. Il a donné l'exemple du Système d'information géographique, « une invention canadienne dans laquelle on a fusionné des cartes et des bases de données, et que l'on utilise maintenant dans des applications de soutien allant de la cartographie à l'urbanisme, en passant par la gestion des situations d'urgence<sup>14</sup> ».

La convergence des technologies a entraîné aussi une convergence au niveau des entreprises, ce qui n'est pas sans conséquence sur les créateurs. Claire Samson, présidente et directrice générale de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, nous a dit :

La numérisation et la convergence accentuent la tendance à la concentration des droits de propriété des médias. Il y a des interrelations croissantes et une complémentarité entre les secteurs de la télécommunication, de la publication, de la radiodiffusion et de l'Internet, où un petit nombre de joueurs économiques sont en mesure de posséder de vastes ensembles d'entreprises<sup>15</sup>.

9	Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1115.
10	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1115.
11	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 13 mai 2010, 1135.
12	Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 30 mars 2010, 1110.
13	<i>Ibid.</i>
14	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 27 avril 2010, 1235.
15	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 <sup>e</sup> législature, 3 <sup>e</sup> session, 4 mai 2010, 1215.

## CHAPITRE 2 : LES MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS

### 2.1 Répercussions sur les industries culturelles

En réponse aux questions sur les répercussions de l'évolution des médias numériques et émergents sur les industries culturelles du Canada qu'avait posées le Comité dans le mandat qu'il s'est donné, certains témoins ont parlé des caractéristiques des médias numériques et émergents et de leurs conséquences.

Plusieurs témoins ont présenté des analyses théoriques des effets des médias numériques et émergents. M. Gaffield, par exemple, du Conseil de recherches en sciences humaines, a signalé trois profonds changements, « premièrement, une nouvelle reconnaissance de la complexité; deuxièmement un nouvel engagement à l'égard de la diversité; troisièmement, un nouvel accent mis sur la créativité », et a ajouté que les médias numériques et émergents « facilitent, accélèrent et redéfinissent l'importance de ces changements clés ».

Plusieurs témoins ont noté la rapidité avec laquelle ces changements s'opèrent, rapidité qui n'est pas sans inquiéter Tom Perlmutter, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film (ONF) :

Nous travaillons sur la base de l'hypothèse de changements progressifs et gérables. Or, il pourrait survenir quelque chose de très différent. Au lieu de changements progressifs, nous avançons peut-être vers un point de basculement où — bang — tout serait différent à la vitesse grand V<sup>6</sup>.

M. Geist, de l'Université d'Ottawa, a mis en relief « le passage d'un monde de rareté, caractérisé par une bande passante limitée et la difficulté d'accéder à la culture, à un monde d'abondance où l'accès à la culture est pratiquement illimité<sup>7</sup> ». Il en a décrit ainsi les conséquences :

Dans un monde de rareté, vous pouviez éliminer certains types de contenu; vous pouviez maintenir la rareté, ce qui rendait les choses plus faciles à régler. Aujourd'hui, nous vivons dans un monde d'abondance où il est tout simplement impossible d'empêcher l'entrée du contenu, ce qui crée de sérieux défis pour ceux qui veulent une réglementation fondée sur cette rareté<sup>8</sup>.

- 5 *Témoignages*, Comité, réunion n° 32, 40<sup>e</sup> législature, 2<sup>e</sup> session, 27 octobre 2009, 1115.
- 6 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 29 avril 2010, 1130.
- 7 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40<sup>e</sup> législature, 3<sup>e</sup> session, 25 mars 2010, 1110.
- 8 *Ibid.*, 1155.



Le Comité a tenu des audiences jusqu'au 25 mai 2010. Incluant l'étude préalable, il a tenu un total de 13 audiences, durant lesquelles il a entendu 43 groupes et particuliers. Le présent rapport intermédiaire résume les témoignages que le Comité a entendus jusqu'à présent.

Ces trois personnes ont donné au Comité un aperçu des retombées des médias numériques, de la situation du Canada en ce qui concerne l'adoption des médias numériques, de certains des problèmes à régler et du rôle éventuel du gouvernement fédéral. Ils nous ont parlé de l'abondance et de la complexité de l'information générée par les médias numériques et nous ont fait valoir à quel point il était important que le Canada apprivoise les médias numériques en précisant les mesures qu'il pourrait prendre à cet égard.

À la suite de ces audiences, le Comité a décidé d'effectuer une étude approfondie de la question intitulée *Les médias numériques et émergents : Possibilités et défis*, et il s'est donné le mandat suivant le 1<sup>er</sup> avril 2010 :

Dans son étude, le Comité du patrimoine canadien explorera l'évolution des médias numériques et émergents, leur impact sur les industries culturelles canadiennes et ce que les institutions fédérales peuvent faire pour aider les Canadiens et leurs industries culturelles à en tirer profit.

Dans le cadre de son étude, le Comité examinera les questions suivantes :

1. Quels sont les impacts de l'évolution des médias numériques et émergents sur les industries culturelles canadiennes?
- Comment ces développements futurs les affecteront?
- Y a-t-il des histoires à succès proprement canadiennes?

2. Que peuvent faire les industries culturelles canadiennes pour tirer profit de l'évolution des médias numériques et émergents et se préparer aux développements futurs?
3. Y a-t-il moyen de s'assurer que les créateurs de contenus artistiques et culturels soient convenablement rémunérés pour leur travail?
4. Que faire pour doter les Canadiens, y compris ceux qui travaillent dans les industries culturelles, des compétences voulues pour tirer profit des médias numériques et émergents?
5. Que faire pour assurer que tous les Canadiens, où qu'ils vivent et quelle que soit leur situation socioéconomique, aient accès aux médias numériques et émergents?
6. Quelles politiques le gouvernement fédéral pourrait-il adopter pour aider les Canadiens et leurs industries culturelles à tirer profit de l'évolution des médias numériques et émergents?
7. Quel serait l'impact des changements dans les règles régissant la propriété étrangère, y compris les changements législatifs et réglementaires, sur le contenu canadien et la culture canadienne?



# MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS ET DÉFIS — RAPPORT INTÉRIMAIRE

## CHAPITRE 1 : INTRODUCTION

### 1.1 Contexte

Dans deux de ses récents rapports, le Comité permanent du patrimoine canadien (ci-après le Comité) a fait état des répercussions des médias numériques et émergents<sup>1</sup> sur la radiodiffusion publique au Canada (CBC/Radio-Canada : *Définir la spécificité dans un paysage médiatique en évolution*<sup>2</sup> et sur la télédiffusion (*Enjeux et défis relatifs à la télévision locale*<sup>3</sup>). L'évolution des médias numériques et émergents est en train de transformer l'environnement d'autres industries culturelles comme la radio, l'édition du livre, l'édition de magazines, l'édition de musique et la distribution de films.

Vu l'évolution rapide de l'univers médiatique et la profonde influence que les médias numériques et émergents exercent sur tous les aspects de la culture, le Comité a décidé d'étudier les répercussions globales des médias numériques et émergents. Il a cependant estimé utile de faire une étude préalable de la question pour cerner les sujets à approfondir. En conséquence, le 2 mars 2009, il a été convenu :

Que le Comité tienne trois séances au sujet des nouveaux médias, puis qu'il décide si d'autres réunions seront nécessaires<sup>4</sup>;

### 1.2 Étude préalable

Dans son étude préalable, le Comité a tenu des audiences durant lesquelles il a entendu le président du Conseil de recherches en sciences humaines (CRSH), Chad Gaffield, le titulaire de la Chaire de recherche du Canada en droit d'Internet et du commerce électronique, le professeur de droit Michael Geist de l'Université d'Ottawa, et le conseiller en matière de politique au Canada de Google Inc., Jacob Glick.

On a choisi d'employer l'expression « médias numériques et émergents » au lieu des termes « nouveaux médias » et « médias numériques » pour englober tous les services numériques offerts par la voie d'Internet ou de réseaux sans fil ou de plateformes comme les appareils de jeu vidéo.

Comité permanent du patrimoine canadien, *CBC/Radio-Canada : Définir la spécificité dans un paysage médiatique en évolution*, février 2008, <http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=3297009&Mode=1&Parl=39&Ses=2&Langage=F>, consulté le 8 juin 2010.

Comité permanent du patrimoine canadien, *Enjeux et défis relatifs à la télévision locale*, <http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=4005108&Mode=1&Parl=40&Ses=2&Langage=F>), consulté le 8 juin 2010.

*Procès-verbal*, Comité permanent du patrimoine canadien, réunion n° 6, 40<sup>e</sup> législature, 2<sup>e</sup> session, 2 mars 2009.

CHAPITRE 4 : MÉDIAS ÉMERGENTS ET NUMÉRIQUES : LE RÔLE DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL.....	29
4.1 Introduction.....	29
4.2 La numérisation de l'information gouvernementale et du patrimoine documentaire.....	29
4.3 La stratégie numérique nationale.....	30
4.4 Lois et règlements.....	32
4.5 Le Fonds des médias du Canada.....	34
4.6 Traités internationaux.....	35
4.7 Propriété étrangère.....	36
4.8 Contenu canadien.....	37
4.9 Accès et formation.....	38
CHAPITRE 5 : LES PROCHAINES ÉTAPES.....	39
ANNEXE A : LISTE DES TÉMOINS.....	41
ANNEXE B : LISTE DES MÉMOIRES.....	45
PROCÈS-VERBAUX.....	47

# TABLE DES MATIÈRES

MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS ET DÉFIS — RAPPORT INTÉRIEURE	1
CHAPITRE 1 : INTRODUCTION	1
1.1 Contexte	1
1.2 Étude préalable	1
CHAPITRE 2 : LES MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS	5
2.1 Répercussions sur les industries culturelles	5
2.2 Réussites	8
CHAPITRE 3 : MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : DÉFIS	13
3.1 Introduction	13
3.2 Patrimoine numérique	13
3.3 Accès Internet à large bande	14
3.4 Formation	15
3.5 Droit d'auteur	16
3.5.1 Introduction	16
3.5.2 Protection des œuvres de création	16
3.5.3 Utilisation équitable	18
3.5.4 Redevance sur la copie pour usage privé	20
3.5.5 Responsabilité du fournisseur de services Internet	21
3.6 Rémunération des créateurs	23
3.7 Modèles d'affaires	24
3.8 Contenu canadien	27
3.9 Internet ouvert	28



# LE COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

a l'honneur de présenter son

## TROISIÈME RAPPORT

Conformément au mandat que lui confère l'article 108(2) du Règlement, le Comité a commencé son étude sur les Médias numériques et émergents : les possibilités et défis et a convenu de faire rapport des témoignages recueillis jusqu'à maintenant :





# COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

## PRÉSIDENT

Gary Schellenberger, député

## VICE-PRÉSIDENTS

Carole Lavallée, députée  
Pablo Rodriguez, député

## MEMBRES

Charlie Angus, député  
Dean Del Mastro, député  
Royal Galipeau, député  
Roger Pomerleau, député  
Tim Uppal, député  
Rod Bruinooogé, député  
Ruby Dhalla, députée  
Nina Grewal, députée  
Scott Simms, député

## GREFFIER DU COMITÉ

Richard Dupuis

## BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT

Service d'information et de recherche parlementaires  
Marion Ménard  
Michael Dewing



# **MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : LES POSSIBILITÉS ET DÉFIS**

**Rapport intérimaire du Comité permanent  
du patrimoine canadien**

**Le président**

**Gary Schellenberger, député**

**JUIN 2010**

**40<sup>e</sup> LÉGISLATURE, 3<sup>e</sup> SESSION**

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre des communes



## PERMISSION DU PRÉSIDENT

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

On peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à :  
Les Éditions et Services de dépôt Travaux publics et Services gouvernementaux Canada  
Ottawa (Ontario) K1A 0S5  
Téléphone : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943  
Télécopieur : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757  
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca  
<http://publications.gc.ca>  
Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à  
l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>



**MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : LES  
POSSIBILITÉS ET DÉFIS**

**Rapport intérimaire du Comité permanent  
du patrimoine canadien**

**Le président**

**Gary Schellenberger, député**

**JUIN 2010**

**40<sup>e</sup> LÉGISLATURE, 3<sup>e</sup> SESSION**



**CHAMBRE DES COMMUNES  
CANADA**